

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-1	訪日プロモーション業務 ①海外事務所を活用した市場動向の収集・調査・分析・提供		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業 レビュー	

2. 主要な経年データ															
①主要なアウトプット（アウトカム）情報									②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度			平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
個別 コンサル ティング 件数	計画値	年間延べ 3,000件以上	—	1,272件 (※)中期計 画変更前	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上	3,000件 以上		予算額（千円）					
	実績値	—	—	2,905件	2,863件	3,683件	3,605件			決算額（千円）					
	達成度	—	—	228.4%	95.4%	122.8%	120.2%			経常費用（千円）					
機構 からの 情報 提供 の 評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	「役に立つ」と いう回答が平 均して7割 (70%)を上 回る	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）					
	実績値	—	99.7% (5段階評価 の「役に立つ」 の評価の合 計)	96.9%	97.3%	98.4%	99.5%			行政サービス実 施コスト（千円）					
	達成度	—	—	138.4%	139.0%	140.5%	142.1%			従事人員数					

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価

中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステイタス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。</p> <p>数値目標 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>海外事務所の海外現地におけるネットワークや社会的ステイタスを最大限に活用して、世界の主要な市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集し、市場別に分析を行う。また、その結果について、ウェブサイト、ニュースレター、出版物、セミナー、個別コンサルティング等の様々な方法を通じて、事業パートナー等へ提供することにより、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図る。平成25年度に整備したパートナー情報のデータベースを活用し、パートナーのニーズを組織的に把握・共有し、事業に反映させる。具体的には、事業パートナーからの要望が高い市場に特化した勉強会の開催や、賛助団体・会員間のビジネス・マッチング機能の強化に取り組む。</p> <p>数値目標 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施</p>	<p><主な定量的指標> 事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,000件以上実施し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の海外事務所ネットワークを最大限に活用して、海外の訪日旅行市場動向の収集・調査・分析を行い、事業パートナー等がインバウンドビジネスの取組を行う上で有用な情報提供を行っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 海外事務所のネットワークを通じて収集・分析した主要市場国・地域における一般消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報を事業パートナー等へ提供し、以下のような取組等を通じて、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図った。</p> <p>【ウェブサイト】 ウェブサイトを通じて以下の情報発信を行った。 ・月別訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月） ・市場別動向及び注目トピックス（毎月） ・「訪日旅行データハンドブック 2016」の掲載 ・海外市場別の主要旅行会社リストの掲載 <新規> ・事業パートナーから提供されたニュース掲載（317件） ・訪日外国人旅行者の消費動向とニーズに関する調査結果と考察の掲載 <新規> 地域における外国人旅行者による消費拡大に向けた取組の方向性等について情報発信を行った。</p> <p>【ニュースレター】 メールマガジンを通じて海外事務所が収集した市場の最新動向や各種調査報告、各市場における事業への参加案内等の情報を提供した。 ・メールマガジン「JNTO ニュースフラッシュ」配信（週刊、臨時号含め72回配信） 同メールマガジン内に新たに情報発信欄を設</p>	<p><評定と根拠> 評定：S</p> <p>・訪日外国人による消費の地方への波及促進を図るため、新規取組としてインバウンドビジネスセミナーを国内10都市で開催する等、地方におけるインバウンドビジネスに関する情報提供の機会を拡大した。</p> <p>・訪日外国人旅行者の消費動向とニーズに関する調査を実施し、上記インバウンドビジネスセミナーでポイントを紹介したほか、調査報告書をウェブサイトに公開した。</p> <p>・事業パートナーのコンサルティング・ニーズを的確に把握し、効率的に対応するため、コンサルティングの要望が多い東南アジア市場等について、市場特化型BtoB情報交換会の回数を拡充して開催した。市場別に海外事務所が収集した最新情報を提供し、海外事務所の職員による個別コンサルティングを実施するなど、より専門的で高度な情報提供を行った。さらに、参加した事業パートナーによる事例発表の機会を設けることで、参加者間のビジネス・マッチングを促進した。</p> <p>・数値目標である個別コンサルティング件数については、国内本部及び各海外事務所において様々な団体・企業から寄せられるインバウンドに関する相談・情報提供に日常的に対応したほか、セミナー・イベントを開催する際には個別相談会を併設する等、組織的に取り組んだ結果、数値目標を上回る3,605件を実施し、</p>	<p>評定</p>	

			<p>し、インバウンド関係者の育成とインバウンドビジネスの活性化を目指す。</p> <p>事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>け、事業パートナーからの情報 41 件を掲載した。 <新規></p> <p>【出版物】 国際観光に関する以下の出版物を刊行した。 ・「日本の国際観光統計 2015」発行（平成 28 年 9 月） ・「JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2017（欧米豪 9 市場編）」発行（平成 29 年 3 月） ・「訪日旅行データハンドブック 2016（世界 20 市場）」発行（平成 28 年 9 月） ・「2015 年国際会議統計」発行（平成 28 年 12 月）</p> <p>【セミナー・イベント】 ・「第 16 回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」（平成 28 年 9 月、東京、参加者 739 人）及び「第 17 回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラム」（平成 29 年 2 月、東京、参加者 657 人）開催 ・市場特化型 BtoB 情報交換会開催（平成 28 年 5 月～平成 29 年 3 月の間に 8 回開催） 市場特化型 BtoB 情報交換会では、事業パートナーの東南アジア市場等に対するコンサルティング・ニーズの高まりに対応するため、市場ごとに、より専門的で高度な情報提供を行った。また、参加した事業パートナーが当該市場における取組事例を発表する機会を設け、参加者同士のビジネス・マッチングを促進した。 ・インバウンドシンポジウム「観光ビジネス大国へ～実装への課題～」(平成 28 年 9 月、東京、参加者 498 人) 及び「インバウンド 4000 万人時代を目指して」(平成 29 年</p>	<p>数値目標に対し、達成率 120.2%となった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4 段階評価で上位 2 つの評価を得た割合は 99.5%となり、目標である 7 割以上を大きく上回り、機構からの情報提供は高い満足度を得ている。 ・以上のことから、機構の海外事務所ネットワーク等を通じて収集した情報は、様々な機会・手法を通じて国内各地に向けて発信しており、インフォメーション・ハブとしてインバウンドビジネスを促進するための情報集約・マッチング機能のイニシアチブを発揮している等の質的成果をふまえ、自己評価評定は S とする。 <p>【課題と対応】 地方支援を一層強化する。</p>	
--	--	--	---	--	---	---	--

				<p>2月、東京、参加者 851人) 開催</p> <p>両シンポジウムでは、外国人有識者による講演、インバウンドに取り組む各地域・企業の事例発表、パネルディスカッション等を行い、インバウンドビジネスの活性化及び参入する国内業種の裾野の拡大に資する情報発信を行った。</p> <p>・「インバウンドビジネスセミナー」(札幌市、仙台市、名古屋市、大阪市、福岡市、新潟市、広島市、那覇市、高松市、さいたま市、延べ参加者 1,592人) <新規></p> <p>【個別コンサルティング】</p> <p>年間を通じて、本部各部及び各海外事務所において事業パートナー等に対する個別コンサルティングを実施したほか、上述のセミナー・イベント開催時に個別相談会を併設し、事業パートナーとの個別コンサルティングを実施した。主な個別コンサルティング実施件数は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間を通じた本部及び各海外事務所における個別コンサルティング (2,159件、うち海外事務所実施 1,604件) ・第16回及び第17回インバウンド旅行振興フォーラムにおける個別コンサルティング (1,026件) ・市場特化型 BtoB 情報交換会 (130件) ・地方連携ミニ個別相談会 (103件) ・インバウンドビジネスセミナー (地方都市 10カ所、76件) 等 <p><数値目標の達成状況></p> <p>【個別コンサルティング</p>	
--	--	--	--	--	--

					<p>の件数】 ・事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ3,605件実施した（達成率120.2%）。</p> <p>【事業パートナーの満足度】 事業パートナーに対する調査において、機構からの情報提供が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は99.5%となり、目標である7割以上を大きく上回った（達成率142.1%）。</p>	
--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成25年度～29年度の5年間）ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標、「事業パートナーに対し、海外事務所員や本部職員による面談方式の個別コンサルティングを年間延べ1,500件以上実施（以下略）」に基づき、平成25年度の数値目標は、「(同)年間延べ1,272件以上実施（以下略）」であった。

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価		
海外現地に常在する職員が長年にわたり構築・拡大を図ってきたネットワークや社会的ステータス等海外事務所の機能を最大限活用し、変化の激しい市場動向をリアルタイムで把握・分析することにより、調査・研究を始めとするマーケティング業務を充実するとともに、その結果について事業パートナーを始めとする日本のインバウンド関係者と密接に情報共有を行う等、インバウンドビジネスを支援するサービスの向上を図り、国内外におけるネットワークを形成・発展させる。また、これを基盤として、観光庁と共同で、市場ごとに海外の市場動向等の情報に基づく効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、地方自治体や民間事業者が独自に取り組む事業・活動との連携を図りやすい環境を整えるとともに、訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制で国としての日本の観光魅力を発信し、訪日に結びつける取組を強力に実施する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。	海外事務所の機能を最大限に活用し、海外の市場動向、競合国の活動事例や日本における成功事例等の情報を積極的・機動的に収集・分析することにより、マーケティングの高度化を図るとともに、その結果に基づき、観光庁と共同で効率的・効果的な訪日プロモーション方針を策定・公表し、日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成・販売支援等を推進する。また、訪日プロモーション事業の実施主体として、国内外におけるネットワークを形成・発展させ、関係者との連携を図ることによりオールジャパン体制を確立し、同事業を機動的・効果的に推進する。 また、2020年東京オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた戦略目標及び行動計画に基づき、関係者と連携しながら、その実現に向けた取組を行う。		<p><主要な業務実績></p> <p>【海外の市場動向の収集・分析とマーケティングの高度化】</p> <p>以下の取組等により、マーケティングの高度化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全海外事務所による市場動向把握・分析（毎月） ・マーケティング戦略実務者会合（観光庁及び機構）への報告、協議（毎月） ・マーケティング戦略本部（観光庁設置）への参画（年4回） <p>マーケティング戦略本部における外部のマーケティング専門家の知見を取り入れ、科学的・合理的な分析手法等を導入することにより、訪日プロモーション事業の高度化を図った。</p> <p>【市場別訪日プロモーション方針に基づく事業実施】</p> <p>上記マーケティング戦略本部で決定した平成28年度訪日プロモーション方針に基づき、事業を実施した。訪日プロモーション方針は、重点20市場別に策定し、ウェブサイト公表した。</p> <p>ビジット・ジャパン事業実施本部（平成27年4月、機構内に設置）において訪日プロモーション事業全体の計画から実施の進捗状況、成果の分析を管理し、訪日プロモーション事業のPDCA確立を図った。</p> <p>【国内外における関係者との連携とオールジャパン体制の確立】</p> <p>訪日プロモーション事</p>		<p>評定</p>	

				<p>業の実施主体として、海外現地の在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界等との国内外ネットワークの形成・発展に努め、関係者との連携を図ることにより、オールジャパン体制を構築し、訪日プロモーション事業を効果的・効率的に推進した。</p> <p>【2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック期間中における VJ ブース出展（平成 28 年 8 月、9 月） ・海外メディア向けオンラインライブラリーの開設（平成 28 年 8 月） ・メダリストと連携した訪日プロモーション映像の作成と放映（平成 28 年 8 月～9 月） 		
	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体（ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等）を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化や ICT の技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図ると</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p>各市場のターゲット・セグメントに対する日本の観光魅力の発信に当たっては、様々な媒体（ウェブサイト、テレビ、新聞・雑誌等）を効果的に組み合わせることで相乗効果を上げるよう努力する。</p> <p>特に、ウェブサイトはプロモーションだけでなく、重要なマーケティング手段としても位置づけ、媒体トレンドの変化や ICT の技術革新を踏まえながら各種ソーシャルメディアの活用を図ると</p>	<p><u><主な定量的指標></u> 機構のソーシャルネットワークページのファン数を 440 万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間 3 億 9,250 万ページビューにする。</p> <p><u><その他の指標></u> なし</p> <p><u><評価の視点></u> 多様なメディアを活用し、海外の主要訪日旅行市場に対して日本の観光魅力を効果的に発信しているか。ソーシャルネット</p>	<p><u>ア 多様なメディアを活用した日本の観光魅力の発信</u></p> <p><u><主要な業務実績></u> 【様々な媒体の効果的な組み合わせによる相乗効果の発揮】 テレビ CM、ウェブ、SNS、動画専用サイト等を組み合わせるメディア・ミックスを活用し、情報発信の相乗効果が得られるよう事業を構成した。</p> <p>（事業例） 熊本地震（平成 28 年 4 月）による九州への訪日旅行者数の落ち込みを回復させるため、タイの人気テレビ番組「マジデジヤパン」を 9 月に熊本・大分へ招請した。この結果、九州の温泉、グルメ、自然景観の魅力を紹介する 4 話（各 45 分）が 10</p>	<p><u><評定と根拠></u> 評定：S</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本の観光魅力を発信するにあたり、世界で主流なコミュニケーション手段となっている SNS を積極的に活用し、新たにマレーシア、フィリピン、ブラジル市場向け Facebook ページを開設するなど、21 の Facebook ページ及び中国の微博等の SNS ページから、各市場の特性にあわせた日本の良質な観光情報をタイムリーに発信した。 ・SNS のファン数は、前年の 444 万人から 111 万人増え、555 万人となり、数値目標の 440 万人を上回った。（数値目標達成率 126.1%） 	

	<p>ともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通じて日本特集記事の掲載等を働きかける。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事の掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>数値目標</p> <p>中期目標期間中に、機構のソーシャルネットワークページのファン数を500万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間4.5億ページビューに</p>	<p>ともに、一般消費者、旅行会社、メディア等に向けて、良質の情報を効率的に提供する。</p> <p>また、機構のウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者や海外の送客旅行会社等の対象に応じた情報コンテンツの充実や機能の改善を行う。</p> <p>平成28年度は、訪日需要喚起、訪日旅行者支援、地方への訪問促進などに資する記事で構成したウェブマガジンを、動画素材も活用しつつ、引き続き主要4言語（英語、中文簡体、中文繁体、韓国語）で発行するとともに、旅行計画に役立つモデルコースなど、ニーズの高い情報コンテンツの整備を進め、各市場で運用しているソーシャルネットワークサービスとも連携して情報発信力を強化する。また、ウェブコンテンツのマルチデバイス対応を進め、訪日旅行者の情報収集利便性の向上を図る。</p> <p>海外メディアを通じた情報発信に当たっては、海外の有力なメディア（在日外国人メディアを含む。）に対し、ウェブサイトやニュースレターによる日本観光情報の提供等を通して日本特集記事の掲載等を働きかけ</p>	<p>ワークサービス等を効率的に活用し、海外の各市場にそれぞれ適した内容・手法で情報発信が行われているか。</p>	<p>月、11月にかけてタイの地上デジタル波チャンネルで放映された。さらに同番組の YouTube チャンネルや Facebook 等のオンライン配信も行われた。続けて、12月～1月に、タイにおいて交通広告、テレビ、新聞、オンライン・メディアを通じた九州の魅力を訴求する広告キャンペーンを実施するとともに、現地旅行会社と連携した消費者向け九州旅行キャンペーンを実施した。</p> <p>【ウェブサイトの活用】</p> <p>14言語、21市場に向けてウェブサイトを通じた情報発信を実施した。</p> <p>【各種ソーシャルメディアの活用】</p> <p>媒体トレンドの変化やICTの技術革新を踏まえ、市場に応じたタイムリーで良質な情報発信を日替わり等で更新し、各種ソーシャルメディアの活用を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界的な主流 SNS である Facebook について、マレーシア、フィリピン、ブラジル市場向けにそれぞれ Facebook ページを新たに開設し、前年度から運用している 18 市場とあわせ 21 市場に向けた Facebook ページから情報発信を実施した。Facebook ファン数は、前年度末の 380 万人から 479 万人と約 100 万人増加した。 ・中国市場においては、同国における主流ソーシャルメディアである微博（ファン数 57 万人）を運営した。 ・動画や画像メディアに特化した YouTube、Pinterest、Instagram 等も活用しており、新たに韓国及びタイ市場向けの 	<ul style="list-style-type: none"> ・機構が運営する各市場向けのウェブサイトについては、14言語21市場向けに、それぞれの言語できめ細かな情報更新を行うとともに、テレビ、新聞、雑誌、メディアやポータルサイト等の他社のウェブサイトを活用した広告事業等との連動を図り、情報発信の相乗効果を発揮した。 ・訪日旅行者等が関心を持つ多様なテーマを深掘りして特集するマンスリーウェブマガジン(4言語)の発行、モデルコース等の新規コンテンツ整備、マルチデバイス化対応など、ICT 技術を活用した各種情報提供に積極的に取り組んだ結果、機構が運営するウェブサイトのアクセス数は、前年殿 3億 5,050 万 PV から 2億 3,225 億 PV 増え、年間で 5億 8,275 万 PV（前年比 66.3%増）となり、目標の 3億 3,500 万 PV を上回った。（数値目標達成率 148.5%）。 ・世界的な ICT トレンドの進化に適時対応し、ミュージックビデオやコンセプト動画等、動画を活用したプロモーションを強化した結果、動画再生回数が大きく伸長し、ウェブサイトアクセス数の増加に大きく寄与した。 ・海外メディアを通じた情報発信については、各市場における効果の高い媒体の招請や情報提供による情報発信を通じて日本の魅力を海外に提供することにより、旅行目的地としての日本の認知度向上に貢献するとともに、訪日旅行需要を喚起した。 ・訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等におい 	
--	--	---	---	--	---	--

	<p>する。</p>	<p>る。</p> <p>訪日取材に際しては、日本のインバウンド関係者のニーズや訪日旅行商品の造成・販売に連動した適切な取材対象の選定・アレンジ、取材経費の一部負担の支援等を行うことにより、訪日促進効果の高い記事掲載を促すとともに、機構のウェブサイトへの誘引を働きかける。</p> <p>特に東北地方への誘客、欧米豪市場からの誘客を増加させるため、オンライン・メディアを中心とした情報発信やキャンペーン等の取組を強化する。</p> <p>数値目標</p> <p>機構のソーシャルネットワークページのファン数を440万人にするとともに、それ以外の機構のウェブサイトのアクセス数を年間3億9,250万ページビューにする。</p>		<p>Instagramを開始した。</p> <p>【情報コンテンツの充実と機能改善】</p> <p>・マンスリーウェブマガジン（英語、中文簡体、中文繁体、韓国語）を毎月発行し、年間96本を掲載した。ウェブマガジンでは、地方への訪問促進に資するため、東北海道、広島・宮島・尾道、長野県スキー、香川（高松・金比羅・小豆島）等の観光地紹介のほか、自動車工場見学、忍者体験等、日本ならではの体験に関する情報発信を行った。</p> <p>・外国人旅行者に人気のある東京、京都、大阪からの日帰りまたは1泊2日の旅行モデルコースを設定し、ウェブサイトを通じて、4言語（英語、中国語簡体字、中国語繁体字、韓国語）で情報発信した。設定したコースの内訳は東京発15コース、京都発10コース、大阪発10コース。</p> <p>【英語グローバルサイトのナビゲーション改善】</p> <p>英語グローバルサイトのトップページを大幅に改善し、利用者の興味関心の視点で分類したメニュー構成に改善した。</p> <p>【ウェブコンテンツのマルチデバイス対応】</p> <p>スマートフォンやタブレットを使用するユーザー向けに最適化された情報表示を行うため、宿泊施設検索、飲食店検索、旅行商品検索、イベント検索、天気予報の各サイトにおいてマルチデバイスへの対応を実施した。</p> <p>【海外メディアを通じた情報発信】</p> <p>海外事務所におけるニ</p>	<p>て、地方への誘客を意識した取組を行い、東北、中部、中国、四国、九州等の地域の魅力を訴求する取組を拡充した。特に東日本大震災以降、外国人観光客数の回復が遅れている東北については、各市場で取組を強化した。</p> <p>・数値目標であるSNSのファン数の達成状況（126.1%）、及びウェブサイトのアクセス数の達成状況（148.5%）に加え、各種メディアを活用した東北への誘客促進、欧州市場における訪日無関心層に向けたメディアを通じた集中的認知度向上、質の高い事業成果を踏まえ、自己評価評定はSとする。</p> <p>【課題と対応】</p> <p>外国人視点による情報発信の質の向上、及びICTマーケティングの強化を図る。</p> <p>欧州等における訪日無関心層の需要掘り起こしを図るため、メディアを通じた情報発信を強化する。</p> <p>SNSによる情報発信のさらなる拡充・高度化を図る。</p>	
--	------------	---	--	--	---	--

				<p>ニュースレター発信、及び有力メディアに対する取材協力等により、年度中に 872 件の訪日促進関連記事・番組の露出が実現し、この広告費換算額は約 119 億円となった。内訳は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有力メディアへの訪日取材協力件数 112 件 → 記事掲載・番組放映件数 212 件 ・ニュースレター発行数：429 件 → 記事掲載・番組放映件数 660 件 <p>【東北地方への誘客促進の取組】 東北地方の認知度向上を目的として、欧米豪、東南アジア、東アジアの 3 地域で現地著名人を活用した情報発信を行った。</p> <p>東南アジア向け情報発信の例：タイ、シンガポール、フィリピン、インドネシア、マレーシア、ベトナムの 6 市場から 1 組ずつ有名アーティストを招請し、各県の観光魅力の詰まったミュージックビデオを撮影し、YouTube 等で公開するとともに、撮影地の情報を各市場のウェブサイトやアーティストの SNS で発信した。映像の接触者数は 11 月～3 月までの間に 776 万人に達した。</p> <p>【欧米豪市場からの誘客促進の取組】 英国、フランス、ドイツ等欧州 15 市場を対象に、伝統文化と現代文化の融合をテーマとした統一クリエイティブ（動画・静止画）を用い、オンラインを中心に、各国主要局でのテレビCM放映、地下鉄・バス等の屋外、映画、雑誌等、様々</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				<p>な媒体を通じた広告を集中的に展開した。英国、フランス、ドイツの3市場における媒体接触者数は、テレビCMが1.8億人、屋外広告が5,638万人、オンライン表示回数は4,872万回、動画再生回数は1,089万回等となった。3市場において、動画を見て日本に興味をもった割合は、いずれも7割を超え、広告接触者が訪日旅行商品について具体的に調べた割合が1割を超えた。</p> <p><数値目標の達成状況></p> <p>【SNS ファン数】 機構のソーシャルネットワークページのファン数は、前年度の444万人から111万人増え、555万人（前年比25.0%増）となり、目標の380万人を上回った。（数値目標達成率126.1%）</p> <p>【ウェブサイトのアクセス数】 機構のウェブサイトアクセス数は、前年度3億5,050万PVから2億3,225億PV増え、年間で5億8,275万PV（前年比66.3%増）となり、目標の3億3,500万PVを上回った。（数値目標達成率148.5%）</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成25年度～29年度の5年間）ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構のウェブサイトのアクセス数を年間6億ページビューにする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-1-2-2	訪日プロモーション業務 ②訪日外国人旅行者誘致のための業務 イ 訪日旅行商品の造成・販売支援		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度	重要度：高 (「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」(平成27年6月観光立国推進閣僚会議決定)及び「『日本再興戦略』改訂2015」(平成27年6月30日閣議決定)、において、政府目標とされている訪日外国人旅行者2000万人時代を目指すにあたって、本法人における日本の観光魅力の発信等の訪日プロモーション事業の効果的・効率的な執行が重要な役割を果たすものであるため)		関連する政策評価・行政事業レビュー

2. 主要な経年データ															
①主要なアウトプット(アウトカム)情報									②主要なインプット情報(財務情報及び人員に関する情報)						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度	
訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数	計画値	年平均 20,000件以上	—	—	—	20,000件 以上	20,000件 以上	20,000件 以上	/	予算額(千円)					
	実績値	—	—	—	—	27,646件	28,170件								
	達成度	—	—	—	—	138.2%	140.9%								
商談参加者の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上		経常費用(千円)					
	実績値	—	—	—	—	95.9%	95.0%			経常利益(千円)					
	達成度	—	—	—	—	137.0%	135.7%			行政サービス実施コスト(千円)					
参考：商品による訪日旅行者数 参考：機構が支援した旅行者数	計画値	年間90万人 (※)中期計画 変更前	600,000人 (※)	650,000人 (※)	720,000人 (※)	—	—	900,000人 (※)		従事人員数					
	実績値	—	648,723人	916,217人	1,460,267人	—	—	—							
	達成度	—	—	141.0%	202.8%	—	—	—							

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価

中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、要望に基づく提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティング、旅行博覧会や展示会等への参加、現地有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。一般消費者向けに日本の観光プロモーションをあわせて行う際には、地方自治体、民間事業者等と連携することで、効率的・効果的な事業展開を図るべく努力する。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とする J T S (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p><u>数値目標</u></p> <p>中期目標期間中、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を、年</p>	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p>海外の旅行会社の訪日旅行商品造成を支援するため、旅程等の提案や情報・販促素材等の提供、モデル的な訪日旅行商品の素材提供等による企画コンサルティングや、旅行博覧会や展示会等への参加、有力旅行会社キーパーソンの日本への招請、日本における商談会の開催等の支援を行う。</p> <p>また、現地旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーの実施、現地有力旅行会社との共同広告、訪日旅行販売担当のスキルアップを目的とする JTS (Japan Travel Specialist) 育成事業等により訪日旅行商品販売支援を行う。</p> <p><u>数値目標</u></p> <p>機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を 20,000 件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位 2つの評価を得る割合が 7割以上となることを目指す。</p>	<p><u><主な定量的指標></u></p> <p>機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数を 20,000 件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位 2つの評価を得る割合が 7割以上となることを目指す。</p> <p><u><その他の指標></u></p> <p>なし</p> <p><u><評価の視点></u></p> <p>海外において訪日旅行を取り扱う旅行会社等とのネットワークを通じ、訪日旅行商品の造成・販売促進を効果的・効率的に支援しているか。また、海外の旅行会社の多様なニーズに的確に答えられるよう、国内各地の地方公共団体・民間事業者等と連携し、オールジャパン体制で取り組んでいるか。</p>	<p><u>イ 訪日旅行商品の造成・販売支援</u></p> <p><u><主要な業務実績></u></p> <p>海外の旅行会社等の訪日旅行商品造成・販売促進を以下の取組等を通じて強力に支援し、2016年に過去最多となった訪日外国人数 (2,404 万人、対前年比 21.8%増) の増加に貢献した。事業の実施にあたっては、査証の緩和、航空路線の新規就航等の施策と連動を図るとともに、在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制による効果的・効率的な事業展開を図った。</p> <p><u>【訪日旅行商品造成・販売のための商談会の開催】</u></p> <p>訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、海外の旅行会社と国内の旅行会社、宿泊施設、運輸施設、その他関連企業等のビジネス・マッチングを図るため、国内外で商談会を主催した。</p> <p>(主な商談会)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジット・ジャパン・トラベル&MICE マート (東京、9月) 商談件数 8,376 件 参加者：海外バイヤー 357 社、海外メディア 12 社、国内セラー 431 団体、PRセラー 19 団体 ・東アジア商談会 (仙台、6月) 商談件数 1,376 件 参加者：海外バイヤー 100 社、国内セラー 100 社 ・東南アジア商談会 (東京、2月) 	<p><u><評定と根拠></u></p> <p>評定：S</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日プロモーション事業の実施主体として、オールジャパン体制での取組を促進するとともに、海外の旅行会社等の招請、企画コンサルティング、共同キャンペーン等の実施を通じて、訪日外国人旅行者数が初めて 2016年に 2000 万人を突破し、過去最多となる 2,404 万人 (前年比 21.8%) の達成に貢献した。 ・在外公館、地方自治体、民間事業者等と連携し、オールジャパン体制により効果的・効率的な訪日旅行商品の造成・販売支援を実施したことにより、機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、年間で 28,170 件となり、目標の 20,000 件を大きく上回った。(数値目標達成率 140.9%) ・商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位 2つの評価を得た割合は 95.0%となり、高い満足度が得られた。(数値目標達成率 135.7%) ・新たな日本の観光魅力を紹介する訪日旅行商品の造成・販売支援を目指し、特に訪日旅行のリピーターが多い東アジア市場等において、東北等を重点 destinations として定め、集中的にプロモーションを実施することにより、戦略的に国内目的地の分散化を促進した。 	

	<p>平均20,000件以上とする。</p> <p>商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>			<p>商談件数 2,046件 参加者：バイヤー93社、セラー120社</p> <p>【旅行博覧会・展示会等への参加】 世界各地で開催される主要な旅行博覧会・展示会等に、地方公共団体、民間事業者等と共同で出展し、商談機会を提供したほか、機構自らが商談を行った。</p> <p>・富裕層向け商談会（フランス・カンヌ、12月） 日本ブースにおける商談件数 681件 日本の宿泊施設等、観光事業者17社と共同出展し、日本ブースを形成</p> <p>・クルーズ見本市（米国・マイアミ、3月） 自治体、旅行会社等20団体で日本ブースを形成</p> <p>・国際航空路線誘致商談会 World Routes（中国・成都、9月）、Routes Asia（沖縄県那宜野湾市3月） 世界の航空会社等に対し、国際線受け入れ、LCC誘致、新規就航、増便を働きかけ</p> <p>【有力旅行会社キーパーソンの日本への招請】 主要市場の有力旅行会社のツアー造成責任者・担当者等を日本に招請し、国内観光地の視察及び地元関係者等との商談をしてもらうことで、新しい観光魅力を取り入れたツアーの新規開発やツアールート改善を促進した。平成28年度は、84件の招請事業を実施し、延べ811人のキーパーソンを招請した。</p> <p>【旅行会社等との共同広告】</p>	<p>・訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を開設し、海外と国内の学校交流マッチングを51件成立させ、14カ国・地域から計32校・機関、971人の生徒及び教育関係者等が来日、18都道府県において学校交流が実現した。</p> <p>・海外の有力な旅行会社等と日本の地方公共団体・民間事業者等が商談する機会を国内外で多数創出し、数値目標である商談件数が目標値を大きく上回る達成状況（達成率140.9%）となったこと、また商談会の満足度が95.0%（達成率135.7%）と高い評価を得ており、2つの数値目標がいずれも約4割を超える達成率となった。また、商談会の開催、共同広告の実施等、訪日旅行促進を図る各種取組を海外各市場で実施し、2016年に訪日旅行者数が初めて2,000万人を突破し、過去最多の2,404万人（前年比21.8%増）となったことに大きく貢献した質的な成果を踏まえ、自己評価評定はSとする。</p> <p>【課題と対応】 海外の旅行会社等との商談機会の提供等を通じて国内関係者と海外の需要のマッチング機能を果たし、さらなるインバウンド需要の拡大を図る。</p>	
--	--	--	--	---	---	--

				<p>旅行会社等と共同で新聞、雑誌、ウェブサイト等に広告を掲出し、訪日旅行の需要喚起と訪日旅行商品の販売促進を行った。</p> <p>【現地旅行会社への人材育成事業】 海外の旅行会社による訪日旅行商品の造成・販売を支援するため、旅行会社等のスタッフを対象とした研修・セミナーを実施した。年度中に、152件のセミナーを実施し、延べ 11,472 人が参加した。</p> <p>また現地旅行会社のコンサルティング能力の向上と訪日旅行商品の販売促進を目的に、訪日旅行の販売のために必要な知識をウェブサイト上で学習できるEラーニングシステムを各市場で運営し、訪日旅行専門家（JTS, Japan Travel Specialist）の育成を行った。</p> <p>・Eラーニング参加者数（8市場で実施）： 新規 7,011 人、累計 40,327 人 ・JTS 認定者（8市場合計）： 新規 2,520 人、累計 21,470 人</p> <p>【東北への送客拡大に向けた取組】 外国人観光客の回復が遅れている東北地域への送客拡大に向けて、各市場で訪日旅行商品の造成・販売促進に資する事業を実施した。</p> <p>（東北復興を目的とした事業の例） ・世界的なオンライン・トラベルエージェントである Expedia 社と東北の予約促進キャンペーンを台湾、米国オーストラリア等の 6 市場で実施し、5</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>カ月間で1万507泊の宿泊が予約された。</p> <p>【訪日教育旅行促進】 海外の訪日教育旅行に関するニーズ紹介や国内と海外の学校交流マッチング等を実施する訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を平成28年4月、機構内に開設し、年度中に海外と国内の学校交流マッチングを54件成立させ、14カ国・地域から計32校・機関、971人の生徒及び教育関係者等が来日、18都道府県において学校交流が実現した。</p> <p><数値目標の達成状況> 【商談件数】 機構が提供する訪日旅行商品の販売・造成のための商談件数は、年間で28,170件となり、目標の20,000件を大きく上回った。(数値目標達成率140.9%) 機構が主催したビジット・ジャパン・トラベルマート(東京)は過去最大規模となり、8,376件の商談が行われた。</p> <p>【商談参加者評価】 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得た割合は95.0%となり、高い満足度が得られた。(数値目標達成率135.7%)</p>	
--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画(対象:平成25年度~29年度の5年間)ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を年間90万人とする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-1	国内受入体制整備支援業務 ①観光案内所の整備支援業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第1号
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報					②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）									
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
情報提供の 評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上	7割以上		予算額（千円）				
	実績値	—	—	95.2%	95.3%	98.1%	98.2%			決算額（千円）				
	達成度	—	—	136.0%	136.1%	140.1%	140.2%			経常費用（千円）				
対面・電話等の 情報提供件数	計画値	60,000件	—	—	—	46,000件	53,000件	60,000件		経常利益（千円）				
	実績値	—	—	—	—	37,915件	40,089件			行政サービス実 施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	82.4%	75.6%			従事人員数				
ウェブでの 情報提供件数	計画値	350,000件	—	—	—	250,000件	300,000件	350,000件						
	実績値	—	—	—	—	395,390件	484,771件							
	達成度	—	—	—	—	158.2%	161.6%							
参考…情報提供件数 (対面・電話・ウェブ)	計画値	120,000件 (※) 中期計 画変更前	—	63,000件 (※)	164,000件 (※)	—	—	120,000件 (※)						
	実績値		—	対面・電話 46,461件 ウェブ 120,531件 合計： 166,992件	対面・電話 41,263件 ウェブ 229,566件 合計： 270,829件	—	—	—						
	達成度	—	—	265.1%	165.1%	—	—	—						

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
訪日外国人旅行者の利便性・満足度を向上させるため、国内における受入環境整備として、外国人観光案内所の認定・支援を行い、案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、認定案内所からの評価を定量的に把握し、相当程度の評価を得るものとする。機構が運営するツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営にあたっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、TICにおいて対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。	訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所の更なる質の向上・質の担保を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。 ツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。運営に当たっては、ウェブを活用した情報提供コンテンツを創設するとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。	訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所の認定・支援を行い、ボランティアガイドの活用も視野に入れつつ、外国人観光案内所のネットワーク拡大や更なる質の向上・質の担保を図る。平成28年度は、外国人観光案内所認定に係る電子申請システム及び認定案内所の管理データベースを活用することにより、同業務の大幅な効率化を図る。また、引き続き認定観光案内所実態調査や研修会を実施するほか、認定観光案内所専用サイトを活用し、先進的な取組事例や参考情報・資料を共有することを通じて、外国人旅行者へ提供するサービスの質の向上を図る。支援の実施に当たっては、外国人旅行者の動向や認定観光案内所のニーズを踏まえ、支援の充実を図ることとする。さらに、地方公共団体等に新たな観光案内所の申請を働きかけるとともに、主要空港・ターミナル駅等に所在する認定観光案内所に上位の категорияへの移行を働きかけ、外国人案内所のネ	<p><主な定量的指標> 外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。 TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間5万3,000件、ウェブでの情報提供件数を年間30万件とする。</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 外国人旅行者が円滑に国内を旅行できるよう、外国人旅行者に対する観光情報等の提供が効果的・効率的に行われているか。 外国人観光案内所の認定制度を通じた全国的な案内所ネットワークの拡大、及び案内所が提供するサービスの質の向上・質の担保が図られているか。 機構による外国人旅行者への情報提供に関し、旅行者の情報収集手段・ニーズをふまえ、情報提供の機会を増やしているか。</p>	<p><主要な業務実績> 【外国人観光案内所の認定・支援】 訪日外国人旅行者の国内受入環境整備を推進するため、外国人観光案内所のネットワーク拡大及び更なる質の向上を図った。 ・観光庁が定めた外国人観光案内所の設置・運営のあり方の指針（平成24年1月策定、平成28年6月改定）に基づき、外国人観光案内所の認定制度を運用した。 ・認定外国人観光案内所数は、前年度末の759カ所から、851カ所に増えた（12.1%増）。 ・外国人観光案内所の質の向上・担保を図るため、認定観光案内所専用サイトの活用、ニュースレターの配信、実態調査（全国各地60カ所）の実施、研修会（仙台市7月、新潟市11月、東京2月）の開催等を通じて、先進的取組や事例・情報の共有、助言等を行った。 ・上記取組に加え、コンサルティング等の支援を実施したことにより、26カ所の案内所が上位カテゴリーへ移行したほか、最上位であるカテゴリー3の案内所が北海道に3カ所、四国に2カ所初めて認定された。 ・中位以上の認定観光案内所は、前年の197カ所から270カ所へと大きく増え（37.1%増）、国内を周遊する外国人旅行者が地方各地で広域の観光案内</p>	<p><評定と根拠> 評定：A ・機構が認定する外国人観光案内所のネットワークは、前年度の759カ所から851カ所へと拡大し、外国人への観光案内体制が全国レベルで格段に向上した。認定済みの案内所の質の向上を促進するコンサルティングにも注力し、平成28年度は26カ所の案内所が上位カテゴリーに移行した。 ・特に北海道及び四国に初めて最上位のカテゴリー3の案内所が認定された。 ・さらに、観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、従来年1回行っていた認定申請の受付について、平成28年6月から通年受付を開始したほか、従来約4カ月かかっていた申請から認定の期間を60日間へと大幅に短縮し、申請者の利便向上を図った。 ・外国人観光案内所に対する調査において、98.2%の回答者が機構の支援サービスは大変役立った、または役立ったと回答しており、非常に高く評価されている。 ・TICは、民間のノウハウを取り入れた運営を行い、全国各地の外国人観光案内所へのノウハウ提供、問い合わせ対応等を通じて認定外国人観光案内所のネットワーク拡大及び質の向上に貢献した。 ・大規模災害等発生時に外国人旅行者等への情報提供を行うため、震度6以上（東京23区内は震度5強以上）</p>	<p>評定</p>

	<p>数値目標 外国人観光案内所に対する調査において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>中期目標期間中に、TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間6万件、ウェブでの情報提供件数を年間35万件とする。</p>	<p>ネットワークの拡大に努める。</p> <p>ツーリスト・インフォメーション・センター（以下「TIC」という。）については、機構がこれまでに培ってきたネットワークや手法に基づき、民間のノウハウを取り入れた効果的な運営を行うとともに、案内所支援業務の中核として全国の案内所との連携を強化する。具体的にはTICと空港、鉄道駅等の交通拠点に存在する認定観光案内所との相互案内に取り組む。また、ウェブを活用した情報提供コンテンツの更なる拡充を図るとともに、海外事務所等を通じたTICの広報の強化を行い、対面、電話又はウェブによって情報提供を行う機会を増加させる。また、立地や他の外国人観光案内所との連携方法等を含め、現行の在り方を利用者視点に立って見直す。さらに、大規模災害等発生時の情報提供環境を整備する必要性に鑑み、震度6弱以上（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時にTICにおける緊急時の電話対応時間の24時間化を行う。</p> <p>数値目標 外国人観光案内所に対する調査に</p>	<p>内が受けられるようになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所認定に係る電子申請システムを新たに構築し、認定案内所の管理データベースと統合することにより業務の効率化を図った。 ・同システムの導入により、従来年1回行っていた認定申請の受付について、平成28年6月から通年受付を開始したほか、従来約4カ月かかっていた申請から認定の期間を60日間へと大幅に短縮し、申請者の利便向上を図った。 <p>【ツーリスト・インフォメーション・センター（TIC）の運営】</p> <p>以下の取組等を通じて、TICの効率的・効果的運営と全国の案内所との連携の強化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認定案内所への支援サービスの提供 認定案内所に対して電話による多言語（英語、中国語、韓国語）通訳サービスや電話およびメールでの問合せサービスを提供し、認定案内所のリード役としての機能を果たした。 ・TICの広報強化 東京駅周辺に立地する認定観光案内所と連携して広報を強化した。また、海外事務所を通じてTICの広報を実施した。 ・大規模災害等発生時の緊急時の電話対応24時間化 震度6以上（東京23区内は震度5強以上）の地震発生時におけるTICの24時間電話対応体制について、平成28年4 	<p>の地震発生時に、TICにおける緊急時電話対応を24時間可能としており、4月の熊本地震発生時に稼働させ、夜間電話対応を行った。以降、緊急時のみならず常時24時間体制を継続しており、対応言語についても英語・日本語の2言語であったところ、中国語・韓国語を追加し、4言語対応を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブによる情報提供件数は、前年の39.5万件から48.5万件（22.6%増）となり、目標値の30万件を大きく上回る（数値目標達成率161.6%）など、ウェブによる情報ニーズの高まりに適切に対応した。 ・以上のことから、対面・電話による情報提供件数が目標値を下回ったものの、ウェブによる情報提供の拡充や、全国各地の認定外国人観光案内所の量的及び質的向上の実現支援を通じて、訪日外国人旅行者の増加及び多様化するニーズに効率的に対応していることから、自己評価評定はAとする。 <p>【課題と対応】</p> <p>ITを活用して情報収集を行う訪日外国人が増大する中、TICの立地や他の外国人観光案内所との連携手法等を含め、利用者視点に立った見直しを行う。</p>	
--	---	--	--	--	--

		<p>において、機構からの支援サービスの評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p> <p>TICによる対面・電話等での情報提供件数を年間5万3,000件、ウェブでの情報提供件数を年間30万件とする。</p>		<p>月に起きた熊本地震（震度6以上）を受けて、夜間電話対応を稼働するとともに、従来の英語と日本語による対応に加え、中国語及び韓国語対応を追加し、以降4言語体制を構築した。</p> <p>・TICのあり方に関する検討 他の認定観光案内所との連携等を含め、TICの今後のあり方についての検討を行った。</p> <p>【ウェブを活用した情報提供コンテンツの拡充】 訪日外国人旅行者から特に質問の多い交通関連情報、イベント情報等を更新し、ウェブによる情報提供を拡充した。外国人観光客だけでなく、国内の案内所等も当該コンテンツを活用している。</p> <p><数値目標の達成状況> 【外国人観光案内所の満足度】 外国人観光案内所に対する調査において、機構の支援サービスの評価は、4段階評価のうち上位2つの評価を得た割合が98.2%と、目標の7割を大きく上回り、非常に高い満足度を得た。(数値目標達成率140.2%)</p> <p>【TICによる対面・電話での情報提供件数】 ・TICにおける対面・電話等での情報提供件数は40,089件と、目標の53,000件を下回った。(数値目標達成率75.6%)</p> <p>・対面・電話での情報提供件数が数値目標に達しなかった理由として、外国人観光客のICT利用の増加に伴い、対面・電話</p>		
--	--	---	--	---	--	--

				<p>よりもウェブによる情報収集が一般的な情報収集手段となりつつあること、また東京都内ならびに全国各地の外国人認定観光案内所が急速に増加し、またそれぞれ案内レベルが向上していることにより、外国人旅行者が案内を得る手段及び場所の選択肢が増え、案内の機会が分散化しつつあること等が挙げられる。</p> <p>【ウェブでの情報提供件数】 ・ウェブによる情報提供件数は、48.5万件となり、目標の30万件を大幅に上回った。(数値目標達成率161.6%)</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

(※) 平成27年3月に、今期中期目標及び中期計画(対象：平成25年度～29年度の5年間)ならびに平成26年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、TICによる情報提供件数を年間12万件とする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-2-2	国内受入体制整備支援業務 ②通訳案内士試験業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	国際観光振興機構法 第9条 第3号 通訳案内士法 第11条
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報								②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）						
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
業務経費の 収支	計画値	収入を償う	—	収支を償う	収支を償う	収支を償う	収支を償う	収支を償う		予算額（千円）				
	実績値	—	△15,857 千円	△18,715 千円	8,697 千円	7,746 千円	△5,945 千円			決算額（千円）				
	達成度	—	—	未達成	達成	達成	未達成			経常費用（千円）				
出願者数	計画値	増大を図る		—	—	—	—	—		経常利益（千円）				
	実績値	—	5,844人	5,535人	8,140人	12,306人	12,519人			行政サービス実施コスト（千円）				
	達成度	—		前年比 5.3%減	前年比 47.1%増	前年比 51.2%増	前年比 1.7%増			従事人員数				

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
<p>通訳案内士試験の代行業務については、通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、受験者数の増大を図ることにより、可能な限り早期に、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償うことができず赤字化している現状を踏まえ、その原因を分析した上で、受験者数の予測を行い、会場費の削減等試験実施方法の見直し等による試験事務の更なる効率化を実施し、あわせて、広報強化等により受験者数の増大を図ることにより、本試験事務の収支が償う状態とする。</p>	<p>通訳案内士法に基づき、通訳案内士試験の実施に関する事務を行う。通訳案内士試験の受験手数料収入で試験業務経費を償えるよう、受験者数の予測を踏まえた試験事務の効率化を実施するとともに、広報強化等による受験者数の増大に取り組む。具体的には、筆記試験の免除対象とした民間の検定試験の実施団体等との連携やソーシャルメディア等の活用による広報・周知の強化を通じて受験者の増大を図りつつ、準会場設置の働きかけを行い、受験者の増大及び経費の削減に取り組むとともに、機構が実施する試験業務の在り方について検討を進める。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 国家試験である通訳案内士試験の事務を代行するにあたり、公正性を担保し、確実・適切に試験事務を運営しているか。試験事務代行業務の効率化、受験者数増加策を講じること等により、受験手数料収入で試験事務の経費が償えているか。</p>	<p><主要な業務実績> 「通訳案内士試験ガイドライン」（国土交通省、平成29年4月改訂）に基づき、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務を円滑に実施した。</p> <p>【試験実施概要】 （1）実施日程 ・願書・施行要領の配付及び願書受付期間：平成28年5月16日～7月1日 ・筆記試験：平成28年8月21日 ・筆記試験合格発表：平成28年11月10日 ・口述試験：平成28年12月4日 ・最終合格発表：平成29年2月3日</p> <p>（2）試験地 ・筆記試験：札幌市、仙台市、東京近郊、名古屋市、大阪近郊、広島市、福岡市、那覇市、ソウル市（韓国）、台北市（台湾）※準会場は、熊本市、新潟市 ・口述試験：東京近郊、大阪近郊、福岡市</p> <p>（3）試験科目 ・筆記試験：外国語（英語、中国語、韓国語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語、タイ語の10言語）、日本地理、日本歴史、一般常識 ・口述試験：実践的なコミュニケーション能力</p> <p>【試験実施結果概要】 ・出願者数：12,519人（前年比1.7%増） ・受験者数 11,307人</p>	<p><評定と根拠> 評定：C</p> <p>・「通訳案内士試験ガイドライン」（国土交通省、平成28年4月改訂）に基づき、試験の公正性・適正性を確保しつつ、試験事務を円滑に実施した。</p> <p>・通訳案内士試験に関する広報努力等により、出願者数は過去最多となる12,519人（前年比1.7%増）となった。出願者数の増加に伴い、受験手数料収入も過去最高の147百万円（前年比2.1%増）となった。</p> <p>・情報セキュリティを強化し、個人情報をはじめとする機密情報流出を防ぐ対策を講じた。</p> <p>・筆記試験合格者数の増加（前年比11.8%増）に伴い、会場・試験委員・スタッフ等の手配業務が増えたところ、適切に対応した。</p> <p>・試験事務にかかる経費については、上記セキュリティ対策強化及び試験手配費用の増加に伴い、前年より16百万円増え、152百万円（前年比11.8%増）となった。</p> <p>・本業務における収支については、収入147百万円に対し、支出が152百万円となり、支出が収入を5百万円（収入の3.4%）上回り、業務収支を償うに至らなかった。</p> <p>・収支を償うという目標を達成できなかったため、自己評価評定はCとする。</p>	<p>評定</p>

			<p>(前年比 3.0%増)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筆記試験合格者数：3,106 人 (前年比 11.8%増) ・合格者数 2,404 人(前年比 13.4%増) <p>合格率 21.3% (前年比 2.0ポイント増)</p> <p>【受験者数増加に向けた取組】</p> <p>2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催や訪日外国人旅行者数の増加傾向を背景に、通訳案内士制度の認知が高まり、また機構による広報活動による成果とあいまって、出願者数は過去最多となる延べ 12,519 人 (前年比 1.7%増) となった。</p> <p>新たに中国語及び韓国語筆記試験免除の対象となる検定試験が増え、当該検定試験事務局との連携により広報を行った結果、中国語及び韓国語の出願者増加につながった。</p> <p>【情報セキュリティの強化】</p> <p>情報セキュリティを強化するため、新たなシステム導入により、個人情報をはじめとする機密情報流出を防ぐ対策を講じた。</p> <p>【試験事務の収支】</p> <p>受験手数料収入は 147 百万円 (前年比 1.8%増) となった一方、試験業務経費は、情報セキュリティ対策の強化、及び筆記試験合格者数増加 (2,778 人→3,106 人 前年比 11.8%増) に伴う会場・試験委員・スタッフ等の追加手配による費用の増加等により、152 百万円 (前年比 11.9%増) となり、収支は 6 百万円の赤</p>	<p>【課題と対応】</p> <p>本業務に関しては、受験手数料収入により試験業務経費の収支を償うことが課題であり、試験事務の品質を担保しつつ、事務効率化と受験者数の増加を図る取組を継続する。</p>	
--	--	--	--	---	--

				字となった。		
--	--	--	--	--------	--	--

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
1-3	国際会議等の誘致・開催支援業務		
業務に関連する政策・施策		当該事業実施に係る根拠 (個別法条文など)	独立行政法人国際観光振興機構法 第9条 第7号 国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ														
①主要なアウトプット（アウトカム）情報					②主要なインプット情報（財務情報及び人員に関する情報）									
指標等		達成目標	基準値 (前中期目標期間 最終年度値等)	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度		平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度
商談件数	計画値	年平均 1,700件以上	—	—	—	1,700件 以上	1,700件 以上	1,700件 以上		予算額（千円）				
	実績値	—	—	—	—	3,471件	3,401件			決算額（千円）				
	達成度	—	—	—	—	204.2%	200.1%			経常費用（千円）				
商談参加者の評価	計画値	4段階評価で 上位2つの 評価を得る 割合が7割 (70%)以上	—	—	—	7割以上	7割以上	7割以上		経常利益（千円）				
	実績値	—	—	—	—	91.6%	88.9%			行政サービス実施コスト（千円）				
	達成度	—	—	—	—	130.9%	127.0%			従事人員数				
参考：誘致に成功した国際会議等への外国人参加者予定数	計画値	102,000人 (※)中期計画 変更前	—	82,700人 (※)	87,300人 (※)	—	—	102,000人 (※)						
	実績値	—	—	92,128人	103,528人	—	—	—						
	達成度	—	—	111.4%	118.6%	—	—	—						

注) 予算額、決算額は支出額を記載。人件費については共通経費分を除き各業務に配賦した後の金額を記載

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価						
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価
				業務実績	自己評価	
我が国のMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Eventの総称)分野の国際競争力を強化するため、海外においては各種MICE関連団体等との国際ネットワークの充実を図るとともに、世界のMICE市場の動向及び競合する都市や団体による誘致活動に関する情報の収集力を強化し、今後の市場トレンドの分析や課題の整理・解決に向けた取組を実施する。また、大学・産業界等国内主催者との一層の関係強化・支援強化に取り組むとともに、国内外において新規案件を発掘する機能を拡大する。これらを始めとした各種マーケティング活動の強化を通じて、従来からのMICE誘致・開催支援業務を強化するとともに、地方自治体、コンベンションビューロー等の誘致主体のマーケティング戦略の高度化と戦略に基づく誘致活動の着実な実施に向けた支援を行う。これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローと	①国際会議等の誘致支援業務 我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Eventの総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの充実を図るとともに、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報	①国際会議等の誘致支援業務 我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、市場分析、誘致対象のターゲティング、ポジショニング等を踏まえた誘致戦略を策定する。関係者のニーズを的確に反映しつつ、従来からのMICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/ Eventの総称) 誘致・開催支援業務を一層充実するとともに、観光庁のグローバルMICE都市及びグローバルMICE強化都市育成事業への支援を含め、都市・コンベンションビューローの強化のためのコンサルティング機能の拡充を図ることで、我が国のMICE誘致主体のマーケティング戦略の高度化とその着実な実施に対する支援を行う。また、ICCA (International Congress and Convention Association) を始めとする国際的なMICE関連団体の活動への積極的な参画等による国際ネットワークの	<主な定量的指標> 海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1,700件以上とする。 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。 <その他の指標> なし <評価の視点> 「2030年にはアジア No. 1の国際会議開催国として不動の地位を築く」ことに向け、国内外において着実な取組が行われているか。	<主要な業務実績> 【マーケティング機能の強化】 以下の取組等を通じて、我が国のナショナルコンベンションビューローとしてのマーケティング機能を強化し、都市・コンベンションビューローの誘致支援業務の充実を図った。 ・前年度に策定した新たな日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events - New ideas start here」の発信・認知拡大 ・グローバルMICE戦略都市及びグローバルMICE強化都市への支援 (MICE専門誌による都市取材等) ・ICCA データベース及び機構データベースの活用による新規誘致案件の掘り起こしの強化 ・米国においてMICEコンサルティング業務の外部委託を実施し、MICEマーケティング活動の専門性が高いコンサルタント会社のノウハウを活用し、効率的に北米市場のMICE潜在需要の掘り起こしを行った。 【誘致支援業務の充実化】 ・国内最大級のビジット・ジャパン・トラベルマートと連動したMICEマートの開催・拡充 (9月) ・国内各都市と連携した国際団体等の海外キーパーソングループ招請、及	<評定と根拠> 評定：S ・2030年にアジア No.1の国際会議開催国として不動の地位を築くという政府目標の達成に向け、マーケティング機能の強化、海外におけるネットワーク拡大とMICE専門見本市等への参加を通じた情報収集・分析、国内における有力な会議主催者との関係強化等の取組を行った。 ・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2016年の日本における国際会議開催件数は過去最多の410件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で4年連続1位 (中国と同数タイ)、世界総合ランキング第7位 (同左) の堅持に貢献した。 ・平成27年度に策定した新たな日本のMICEブランド「Japan. Meetings & Events - New ideas start here」を各事業・各作成物に反映し、国内外におけるブランドイメージの確立と認知拡大を図った。 ・国内各都市・コンベンション推進機関等と連携して、海外の主要MICE見本市等に参加したほか、機構が主催するMICE商談会等を通じて、国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談の場を提供し、数値目標の1,700件を2倍以上、上回る年間3,401件の商談を実現した。海外側・国内側双方の商談参加者による満足度 (4段階評価の上位2	評定

<p>して、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの各種取組に当たっては、成果の最大化の観点から、支援対象等の選択と集中の徹底及び効率的な実施に留意することとする。</p>	<p>の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。また、国内においては有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企業報奨旅行）等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>なお、これらの取組に当たり、支援対象等の絞りこみ、効率的な実施に留意する。</p> <p>②国際会議の開催支援業務</p> <p>誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・交付</p>	<p>充実を図るとともに、平成27年度に策定した新しい日本のMICEブランドについての認知拡大を図る。また、海外における市場や会議主催者等の動向及び競合国・都市等の誘致活動に関する情報の収集・分析を強化し、国内の誘致関係者への情報提供を行う。さらに、国内においてはアンバサダープログラムの運営を通じ有力な会議主催者等との関係強化や会議誘致への啓蒙活動の充実等により主催者への動機づけを行い、誘致・開催に向けた意欲を高める等、大学・産業界等との一層の関係強化を通じた新規案件発掘機能を拡大する。</p> <p>あわせて訪日インセンティブ旅行（企業報奨旅行）等の市場分析の強化を通じ、東南アジア、欧米豪等の有望市場からの誘致拡大を図る。さらに日本の開催地としての魅力向上に資する観光庁のユニークベニューへの取組を支援する。</p> <p>これらの取組を基礎に、MICEの誘致・開催促進事業の実施主体として、また、我が国のナショナルコンベンションビューローとして、国際会議及びインセンティブ旅行（企</p>		<p>び個別招請</p> <p>【海外におけるネットワーク拡大、情報収集・分析の強化】</p> <p>海外のMICE専門見本市・商談会への参加、国際的MICE関連団体の活動への積極的参画を通じて、ネットワーク拡大、情報収集、分析の強化を図った。</p> <p>海外MICE見本市等への参加例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・IT&CM（中国）、IBTM中国、IMEX（ドイツ）、IMEXアメリカ（米国）、IBTM（スペイン）、AIME（オーストラリア）等 ・国際会議協会 ICCA（International Congress and Convention Association）アソシエーションミーティングプログラム（ノルウェー 6月）、総会（マレーシア、11月）への参加 <p>【国内誘致関係者への情報提供強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MICEアンバサダープログラムを運営し、平成28年度中に新たに18人を任命した（合計47人）。同プログラムによる国際会議誘致支援を行い、平成28年度中に10件の国際会議誘致に成功した。 ・国際会議誘致・開催貢献者の表彰（12月） ・国際会議主催者セミナーの開催（沖縄 11月、東京 12月） <p>上記の取組等の結果、平成28年度中に26件の国際会議の誘致に成功した。そのうち、開催規模が2,000人以上（日本人参加者含）の大型会議8件の開催が決まった。</p>	<p>段階を得た割合)は、88.9%と目標の7割を大きく上回り、高い評価を得ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談等を通じて得られた情報をもとに、MICE開催国としての日本の強み及びポジショニングを踏まえた戦略的な誘致活動を展開し、年度中に誘致が成功した国際会議のうち、開催規模が2,000人以上の大型国際会議は8件となり、重要な学術・産業界の国際会議等の誘致に成功した。 ・日本を代表する国際会議開催地として、観光庁が認定するグローバルMICE戦略・強化都市（7都市）及びグローバルMICE強化都市（5都市）に対し、MICE専門誌でのPRをはじめとする認知度向上支援等を行った。 ・地域の特性及び収容規模等を活かした国際会議の誘致協力にも積極的に取り組み、年度中に宮崎（2018年、1,000人）、高松（2018年、600人）、奈良（2020年、500人）等の国際会議開催が決定した。 ・MICEアンバサダープログラムの運営を通じて、国内の有力な会議主催者との関係を強化し、国際会議の誘致支援を行った。年度中にMICEアンバサダー18人を任命し、アンバサダー数による国際会議の開催が10件決定した。 ・訪日インセンティブ旅行の誘致については、ベストプラクティスを表彰するジャパン・インセンティブアワードを創設し、初回表彰式を開催したほか、インセンティブ旅行の情報発信をまとめたインセンティブ旅行ポータルサイト（4言語） 	
--	---	--	--	---	---	--

	<p>金交付制度の運営等の事業を実施する。</p> <p>数値目標 中期目標期間中、海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を年平均1,700件以上とする。 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>	<p>業報奨旅行)等のMICE誘致についてさらなる深化を図る。</p> <p>②国際会議の開催支援業務</p> <p>誘致が決定した国際会議の開催を円滑に進めるため、ノウハウ事例の提供、人材育成、寄附金募集・交付金交付制度の運営等の事業を実施する。</p> <p>数値目標 海外の国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数を1,700件以上とする。 商談参加者に対する調査において、商談の評価が、4段階評価で上位2つの評価を得る割合が7割以上となることを目指す。</p>		<p>平成28年度中に開催が決定した国際会議の例： 大型会議 ・アジア太平洋ITSフォーラム 2018年に福岡で開催予定。参加者数3,000人規模（うち外国人1,000人） ・国際パーキンソン病学会 2019年に京都で開催予定。参加者数4,000人規模（うち外国人1,500人） ・世界地震工学会議 2020年に仙台で開催予定。参加者数3,000人規模（うち外国人1,500人） ・国際人工知能会議 2020年に名古屋で開催予定。参加者2,500人規模（うち外国人2,000人） ・世界核医学会 2022年に京都で開催予定。参加者数3,500人規模（うち外国人1,500人） ・国際自動制御連盟総会 2023年に横浜で開催予定。参加者数3,000人規模（うち外国人1,500人） ・国際アクチュアリー会議 2026年に東京で開催予定。参加者数1,500人規模（うち外国人1,000人） 地方開催会議 ・言語リソース評価に関する会議 2018年に宮崎で開催予定。参加者数1,000人規模（うち外国人800人） ・地球大気化学国際共同研究計画 国際会議 2018年に高松で開催予定。参加者数600人規模。（うち外国人550人） ・国際妊婦高血圧症会議 2020年に奈良で開催予定。500人規模。（うち外国人300人）</p> <p>【訪日インセンティブ旅行の誘致拡大】 以下の取組等を通じて</p>	<p>を開設するなど、積極的な誘致活動を展開した。</p> <p>・アジア諸国を中心とする海外競合国・地域との誘致競争が激しさを増す中、2016年の日本における国際会議開催件数は過去最多の410件となり、アジア・オセアニア・中近東地域で4年連続1位（中国と同列タイ）、世界総合ランキング第7位（同上）の堅持に貢献し、日本の学術・産業界に重要な大型国際会議等の誘致に成功しているほか、訪日インセンティブ旅行誘致の強化、地域の特性・収容規模を生かした国際会議の誘致に成功している等の取組においても実績を上げている質的成果を踏まえ、自己評価評価はSとする。</p> <p>【課題と対応】 海外の専門家によるノウハウを活用し、マーケティング機能の高度化を図る。</p>	
--	---	--	--	---	--	--

				<p>訪日インセンティブ旅行の誘致拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日インセンティブ旅行のベストプラクティスを表彰するジャパン・インセンティブアワードを創設し、各国から寄せられた 21 件の応募の中から 3 件を選定し、表彰した。<新規> ・インセンティブ情報ポータルサイト（英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字の 4 言語対応）を新設し、事例紹介や支援サービス等、訪日インセンティブ旅行に関する情報発信を強化した。 ・平成 28 年熊本地震（4 月）によるインセンティブ旅行の落ち込みを食い止めるため、九州インセンティブキャンペーンを実施し、中国 5 件、台湾 10 件にサポートプログラムを実施した。<新規> <p>（海外におけるインセンティブセミナー開催例）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾インセンティブセミナー（台北、台中、高雄 8 月） ・東南アジアインセンティブセミナー（ジャカルタ、シンガポール、クアラルンプール 6 月～7 月） ・ソウル・釜山インセンティブマート（ソウル、釜山 9 月） ・大型インセンティブセミナー（ソウル 12 月） ・バンコク・インセンティブセミナー（バンコク 2 月） <p>【人材育成】</p> <p>以下の取組を通じて MICE 産業を支える人材育成を行った。</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>・ MICE 市場説明会（9月、2月）及び MICE シンポジウム（12月）の開催</p> <p>・ MICE セミナー 初級者対象（5月、参加者数 55人）、及び MICE セミナー 中級者対象（2月、参加者数 25人）の開催</p> <p>【寄附金募集・交付金交付制度の運営】 誘致が決定した国際会議の開催を支援するため、寄附金募集・交付金交付制度を運営した。平成 28 年度に寄附金募集の協力が決まった国際会議は 10 件、交付金を交付した国際会議は 2 件（交付額 48 百万円）となった。</p> <p><数値目標の達成状況> 【商談件数】 国際会議・インセンティブ旅行主催者等と、機構、国内の地方公共団体及び民間事業者等との商談件数は 3,401 件となり、目標の 1,700 件の 2 倍以上、上回った。（数値目標達成率 200.1%）</p> <p>【商談参加者評価】 商談参加者に対する調査では、4 段階評価のうち上位 2 つの評価を得た割合は 88.9%と、目標の 7 割を大幅に上回り、非常に高い満足度が得られた。（数値目標達成率 127.0%）</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

(※) 平成 27 年 3 月に、今期中期目標及び中期計画（対象：平成 25 年度～29 年度の 5 年間）ならびに平成 26 年度計画の変更があり、数値目標が変更となった。
変更前の中期計画における数値目標は、「中期目標期間中に、機構が誘致に成功した国際会議及びインセンティブ旅行への外国人参加者予定数を年間 10 万 2 千人にする。」であった。

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-1	組織運営の効率化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価								
	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
					業務実績	自己評価	評価	
	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『「日本再興戦略」改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。あわせて、海外事務所の組織体制を整備	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『「日本再興戦略」改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。また、「独立行政法	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月17日観光立国推進閣僚会議決定)及び『「日本再興戦略」改訂2014」(平成26年6月24日閣議決定)を踏まえ、訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、経営資源と権限の海外シフトを進める。このため、海外事務所の新設をはじめ予算や人員等の経営資源を海外事務所に重点的に配分するとともに、海外事務所長の判断により、柔軟な執行ができる仕組みを構築する。	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 訪日プロモーション事業の実施に当たり、海外事務所において市場のニーズに即応した迅速な意思決定を行えるよう、予算や人員等の経営資源の重点的な配分を進めているか。 予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 【組織運営の効率化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日プロモーション事業の適切な執行を図るため、本部及び海外事務所の体制強化を図った。 ・海外事務所については、訪日プロモーション事業のさらなる強化・高度化を図るため、新たに海外事務所6カ所を開設した。<新規> ・開設した事務所及び開設日は以下の通り。 (ロシア)モスクワ事務所 平成28年12月16日開設 (ベトナム)ハノイ事務所 平成29年2月27日開設 (マレーシア)クアラルンプール事務所 平成29年3月8日開設 (インド)デリー事務所 平成29年3月30日開設 (スペイン)マドリッド 	<p><評定と根拠> 評定：A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日プロモーション事業の実施主体としての業務体制を拡充するため、海外事務所6カ所の新設を行い、海外事務所の体制整備も見据えた新卒採用及び中途採用を実施した。 ・訪日プロモーション事業の予算を海外事務所に配賦し、海外事務所の権限で企画競争を実施する等、各市場において現地目線で訪日プロモーション事業を企画・実施した。 ・本部事務所を平成29年1月に東京都千代田区有楽町から東京都新宿区四谷へ移転し、国際交流基金の本部事務所と共用化を行った。 ・移転のタイミングにあわせ、コーポレート・アイデンティティ構築のため、経営理念を端的に表すフレーズ「日本の魅力を、日本のチカラに。」をタグラインとして制定すると 	評定	

<p>するため、民間からの出向者、中途採用者及び現地採用職員の積極的な活用を図る。</p> <p>職員の意欲向上を図り、組織を活性化させるため、能力と実績に基づく人事評価を行い、これに応じた処遇を行うとともに、能力の啓発に努める。特にプロパー職員については、観光宣伝業務に関するノウハウを着実に蓄積し、機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことができるよう、その育成に努める。</p> <p>海外事務所については、それに係る成果指標に基づき毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、事務所数や配置の適正性、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>	<p>本部組織については、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)に基づき、予算の適切な執行と契約に係る適正性等を確保するため、本部事務所及び海外事務所について、必要な機能強化を図る。</p> <p>海外事務所については、活動内容の実績や市場の将来性等について毎年度厳格に評価を行い、国のインバウンド政策及び市場の動向も踏まえつつ、予算や人員等の経営資源の配分等について不断の見直しを行う。</p>		<p>事務所 平成29年3月30日開設 (イタリア)ローマ事務所 平成29年3月30日開設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外事務所における訪日プロモーション事業の調達(契約責任者は海外事務所長)を実施した。 ・本部組織については、新たな部の立ち上げを含む本部組織再編(平成29年4月施行)を決定し、関連規程類の改正及び人員配置等を含む準備を行った。 ・本部事務所を平成29年1月に東京都千代田区有楽町から、東京都新宿区四谷へ移転し、国際交流基金の本部事務所と共用化を開始した。 ・平成28年度末の常勤職員数は、国内76人、海外50人(平成27年度末は国内67人、海外39人)となった。 ・平成27年に策定した新たな経営理念及び行動指針推進の組織内浸透を図るため、本部職員及び一部海外現地職員を対象とした経営理念研修を行った。 ・コーポレート・アイデンティティ構築のため、経営理念を端的に表すフレーズ「日本の魅力を、日本のチカラに。」をタグラインとして制定するとともに、新たな組織ロゴを制定し、本部事務所の移転にあわせ平成29年1月から使用を開始した。 ・海外事務所評価を実施し、各海外事務所のパフォーマンスを定量的・定性的に把握し、予算や人 	<p>ともに、新たな組織ロゴを制定し、使用を開始した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな部の立ち上げを含む本部組織再編(平成29年4月施行)を決定し、関連規程類の改正及び人員配置等を含む準備を行った。 ・訪日プロモーション事業の実施主体となってから2年目を終え、事業執行管理のための人員体制の強化、海外6事務所の開設、本部組織の再編準備等、訪日プロモーション事業の拡充・高度化及び円滑な組織運営のための確実な機能強化を図っていることから、自己評価評定はAとする。 <p>【課題と対応】</p> <p>訪日プロモーション事業の拡充・高度化を図るため、予算や人員等の経営資源の配分を含めた円滑な組織運営について不断の見直しを行い、必要な機能強化を図る。</p>	
---	---	---	--	---	--	--

					員等の経営資源の配分を行うとともに、海外事務所の業務運営について適切に管理した。		
--	--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報							

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-2	業務運営の効率化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報
効率化対象経費の効率化	毎年度平均で1.25%以上	—	1.88%	4.06%	9.87%	7.22%		

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>①効率化目標の設定等</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行うものとする（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分考慮し、手当を含め役員給与の在り方について検証した上で、その適正化に取り組むとともに</p>	<p>①効率化目標の設定等</p> <p>一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>②調達等合理化の取</p>	<p>①効率化目標の設定等</p> <p>一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費の更なる削減と業務運営の効率化に努める。</p> <p>運営費交付金を充当して行う業務については、今中期目標期間中、一般管理費（人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）及び業務経費（公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。）の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行う（ただし、新規に追加される業務、拡充業務は対象外）。</p> <p>②調達等合理化の取</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 運営費交付金を充当して行う業務については、一般管理費及び業務経費のうち効率化対象の合計について、毎年度平均で前年度比1.25%以上の効率化を行っているか。 公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組み、業務運営の効率化を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>① 効率化目標の設定等 訪日プロモーション事業等について、一般競争入札等の活用、業務執行方法の改善等を通じて、一般管理費（※1）及び業務経費（※2）の合計は、平成 24 年度に対して 28.88%の減となり、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、7.22%の減となった。</p> <p>（※1）人件費、公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。 （※2）公租公課等の所要額計上を必要とする経費及び特殊要因により増減する経費を除く。</p>	<p><評定と根拠></p> <p>評定：B</p> <p>効率化対象経費については、一般競争入札の活用、調達等合理化の取組等を通じて、中期計画で定める毎年度平均の効率化比率は、7.22%の減となり、目標である 1.25%を上回る効率化を行った。</p> <p>調達等合理化の取組にあたっては、「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定）を踏まえ、新たに平成 28 年度調達等合理化計画を策定し、計画に基づいた取組を行った。</p> <p>平成 28 年度調達等合理化計画を踏まえた取組内容及び効果を検証した結果、公正性・透明性を確保しつつ調達の合理化に寄与するものとなったことから、その目的を達成したと認められた。</p>	評定	

<p>に、その検証結果や取組状況を公表するものとする。</p> <p>また、総人件費については、政府における総人件費削減の取り組みを踏まえ、厳しく見直すものとする。</p> <p>②調達等合理化の取組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p>組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)に基づく取組を着実に実施し、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組む。</p>	<p>組</p> <p>「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成 27 年 5 月 25 日総務大臣決定)を踏まえ、公正性・透明性を確保しつつ、自律的かつ継続的に調達等の合理化に取り組むため、毎年度、「調達等合理化計画」を策定したうえで、実施及び評価を行い、次年度の調達等合理化計画への反映を行う。なお、計画の策定及び自己評価にあたっては、契約監視委員会による点検を受けるものとする。</p>		<p>②調達等合理化の取組</p> <p>「平成 28 年度調達等合理化計画」について、外部有識者及び監事から構成される契約監視委員会の点検を受けて策定し、ホームページで公表した(平成 28 年 6 月)。</p> <p>【調達等合理化計画における重点的な取組分野と取組結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企画競争の要件審査チェックリストの導入 要件審査のチェックリストを導入したことで要件審査の充実・迅速化が図られた(チェックリストにより要件審査を実施した件数 54 件)。 ・企画競争の一者応募の見直し 企画競争 169 件中、約 1/4 の 43 件が一者応募(前年は 118 件中、約 1/3 の 39 件が一者応募)。企画競争説明書を受け取りながら、応募しなかった者にアンケート調査を実施したところ、応募しなかった理由の約 7 割が自社都合及び自社では履行困難等、主に事業者側の理由によるものであった。他方、企画提案書の提出期限に余裕がなかったとの意見もあった(前年の 26%から 14%に減少)ことから、機構における審査の迅速化に取り組むこととした。 ・障害者就労施設等への優先調達 障害者就労施設等からの調達は、12 件 1,120 千円(前年 5 件、83 千円)となった。 <p>【調達に関するガバナンスの徹底】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・競争性のない随意契約 	<p>調達等合理化計画の取組に関する上記自己評価については、平成 29 年 6 月に契約等監視委員会による点検を受け、認められた。</p> <p>以上のことから、業務運営の効率化にあたり、目標の水準を満たしており、自己評価評価は B とする。</p> <p>【課題と対応】 引き続き効率化対象経費の効率化目標の達成に取り組む。</p>	
---	---	--	--	---	--	--

				<p>を新たに締結した 45 件について、会計規程における「随意契約によることができる事由」との整合性について、監査室による独立した立場からの点検を実施した。</p> <p>・訪日プロモーション事業の一層の複雑化、専門化する調達業務に対応するため、バンコク及びシンガポール事務所及び海外へ赴任する職員を対象とした研修を実施した。</p> <p>平成 28 年度調達等合理化計画に関する上記取組内容及び効果について、契約監視委員会（平成 29 年 6 月）による点検を受け、認められた。</p>		
--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-3	関係機関との連携強化		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。	オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。	オールジャパンによる訪日プロモーションを実施するため、在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、インバウンドへの取組を強化する地方公共団体、日本ブランドを海外展開する経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制を構築する。 「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」を踏まえ、国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、事業の連携強化等を図るため、海外事務所の共用化又は近接化を進める。また、本部事務所については、国際交流基金との事業の連携強化等を図	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 在外公館をはじめとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化しているか。 国際協力機構、国際交流基金及び日本貿易振興機構の海外事務所と、海外事務所の共用化又は近接化を実現しているか。本部事務所については、工程表に基づき、国際交流基金との共用化に向けた準備を適切に行っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組を通じて在外公館を始めとする関係省庁・政府関係法人、地方公共団体、経済界との連携を強化することにより、プロモーションの高度化を支える効率的・効果的な体制の構築を図った。</p> <p>【在外公館等との連携】 在外公館、関係省庁、海外現地の関係機関、自治体、経済団体、海外進出企業等が、海外においてオールジャパン体制で連携し、外国人観光客の誘致を図る在外公館等連携事業を22件実施した。</p> <p>在外公館等連携事業の例： ・日本ポップカルチャーフェスティバル出展（モンゴル・ウランバートル、8月） 在モンゴル日本国大</p>	<p><評価と根拠> 評価：A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・在外公館・他国政府観光局・民間事業者等との連携事業を積極的に推進し、民間の持つブランド力やノウハウ・ネットワークを活用した費用対効果の高い共同プロモーションやPR事業を実施し、日本ブランドの確立と訪日旅行のPRに貢献した。 ・在外公館等との連携事業を22件実施したほか、官民連携事業については、事業アイデアを公募して、45件の応募の中から、6件のアイデアを事業化し、実施した。 ・フランス観光開発機構、英国政府観光庁等、他国政府観光局との情報交換を継続したほか、安倍内閣総理大臣ご臨席のもと、オーストラリア・シドニーで開催された日豪観光セミナー（平成29年1月）にお 	評価	

			<p>るべく、本部事務所を共用化することを目標とし、工程表に基づいて適切な準備を行う。</p>		<p>使館等と連携 ・日本祭り参加、現地旅行会社招請（ブラジル・サンパウロ及び日本各地、7月） 在ブラジル日本国大使館等と連携 ・国際観光展（イスラエル・テルアビブ、2月） 在イスラエル日本国大使館等と連携</p> <p>【官民連携】 民間企業や団体等が有する海外ネットワーク、ブランド力、ノウハウ等を活用する事業アイデアを公募し、45件の応募の中から、6件のアイデアを官民連携事業として事業化し、実施した。</p> <p>官民連携事業の例： ・日本各地のアクティビティ等の情報発信を通じた訪日旅行促進事業 対象：全市場 実施時期：12月～3月、アウトドアジャパン等と連携</p> <p>【他国政府観光局との連携】 ・オーストラリア政府観光局との協力覚書締結 <新規> 安倍内閣総理大臣ご臨席のもと、オーストラリア・シドニーで開催された日豪観光セミナー（平成29年1月）において、オーストラリア政府観光局と日豪双方向の旅行需要拡大を目的とした協力覚書を締結した。</p> <p>・英国政府観光庁やフランス観光開発機構とも、それぞれ相互協力を目的とした覚書（英</p>	<p>いて、オーストラリア政府観光局と日豪双方向の旅行需要拡大を目的とした協力覚書を締結した。</p> <p>・国内においては、迎賓館赤坂離宮本館を会場とした訪日旅行ビジネス交流会（11月）を開催し、訪日ビジネス拡大に向けた情報交換と交流を図った。迎賓館で一般客が参加するイベント開催は初めてであり、ユニークベニュー（歴史的建造物や文化施設など特別感を演出できる会場）活用のリーディングケースとなった。</p> <p>・関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として積極的に派遣し、講師派遣件数は108件となったほか、省庁・自治体・民間企業が主催する観光関係の委員会等に役職員が委員等として就任し、協力・アドバイス等を行った。</p> <p>・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）を踏まえ、各海外事務所において、国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所と相互連携を行った。</p> <p>・新たに開設したハノイ事務所、クアラルンプール事務所、モスクワ事務所、マドリード事務所については、上記関係機関との共用化・近接化を行った。</p> <p>・国際交流基金と機構の本部事務所共用化に関し、平成26年8月に作成した工程表に基づき、平成28年度中の共用化を達成（平成29年1月）したほか、国際交流基金と事業連携協</p>	
--	--	--	---	--	---	---	--

					<p>国政府観光庁と平成 26 年 9 月締結)、日仏間観光協力に関する声明(フランス観光開発機構、観光庁と平成 25 年 6 月締結)に基づき、協議会やセミナー等の場を通じて、政府観光局としての経験やノウハウ共有を実施した。</p> <p>【訪日旅行ビジネス交流会の開催】<新規> 2020 年に訪日外国人旅行者 4000 万人等という新たな目標に向けて、海外のメディア・旅行会社や国内関係者ら 200 人以上が参加するビジネス交流会を迎賓館赤坂離宮本館で開催した(11 月)。迎賓館本館で一般客が参加するイベント開催は初めての試みであり、観光資源活用のリーディングケースとなった。</p> <p>【関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等への講演協力】 関係省庁、地方公共団体、観光関連団体等の主催する会議、セミナー等に役職員を講師として派遣することを通じて、日本国内の関係者との連携を図った。積極的に講師派遣に取り組んだ結果、講師派遣件数は 108 件となった。</p> <p>【国際協力機構、国際交流基金、日本貿易振興機構の海外事務所との連携強化および施設の共用化】 ・「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成 25 年 12 月 24 日閣議決定)を踏まえ、新たに開設したハノイ事務所、クアラル</p>	<p>定を締結し、各種事業連携を一層促進した。連携事例として、共同企画「日本語スタディ・ツアー」が実現し、平成 29 年 3 月までに 9 カ国から約 500 人の日本語を学ぶ中高生及び教師が来日し、日本各地で交流事業を行うなど、高い連携効果が得られた。</p> <p>・以上のことから、関係機関との連携強化について、目標を上回る取組状況にあり、期待以上の成果が上がっていると認められることから、自己評価評定は A とする。</p> <p>【課題と対応】 オールジャパン体制でインバウンドを促進するため、連携強化・深化に取り組む。</p>	
--	--	--	--	--	---	---	--

				<p>ンプール事務所、モスクワ事務所が日本貿易振興機構等と共用化を行った。</p> <p>・本部事務所について、平成29年1月に国際交流基金が入居するビルへ移転し、共用化を開始した。共用化に先立ち、国際交流基金と相互連携に関する協定を締結（5月）し、事業連携を強化した。</p> <p>連携事例として、共同企画「日本語スタディ・ツアー」が実現し、平成29年3月までに9カ国から約500人の日本語を学ぶ中高生及び教師が来日し、日本各地で交流事業を行った。</p>		
--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

--

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-4	内部統制の充実		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、外部有識者の意見も踏まえ、改善を行う。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップを適切に行う。</p> <p>「国民を守る情報セキュリティ戦略」</p>	<p>内部統制については、内部規程の整備、業務運営方針や組織・業務目標の明確化を行い、役職員による共有を図るとともに、定期的に業務実績や課題を整理し、改善を行う。また、外部有識者の意見を組織運営の改善に適切に反映させるための機会を設ける。</p> <p>法令等について、職員等に対する周知を行い、機構全体の職員のコンプライアンスの更なる徹底を図る。特に、訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意する。また、内部監査を行い、監査結果に基づくフォローアップ</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 法令に対応した内部規程の整備や業務運営方針の明確化を行い、役職員への周知及びコンプライアンスの徹底を図っているか。 情報セキュリティ対策を着実に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 内部統制に関する以下の取組を実施した。</p> <p>【内部規程等の整備・周知、研修】 ・規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>・コンプライアンスの遵守については、就業規則に明確に規定するとともに、内部統制の推進に関する規程にコンプライアンス違反事案発生時の報告と対応について規定したほか、本部及び海外事務所の職員を対象としたオンラインのコンプライアンス研修を実施した。</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・規程等については、制定・改正の都度、全役職員（海外事務所を含む）にメールで周知しているほか、海外事務所を含む役職員全員が常に閲覧・参照が可能な環境を整備している。</p> <p>本部及び海外事務所の職員を対象としたオンラインコンプライアンス研修を実施し、コンプライアンスに対する意識の徹底を図った。</p> <p>・年度計画を踏まえた各部の業務運営方針を策定するとともに、四半期ごとに年度計画の実施状況を共有し、必要な改善に取り組んだ。</p> <p>・監事監査及び内部監査を実施し、指摘事項を踏まえ業務の改善に取り組んだ。監査室が監事監査を補佐するとともに、独立した立</p>	<p>評定</p>	

	<p>等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>	<p>等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>	<p>プを適切に行う。 「国民を守る情報セキュリティ戦略」等の政府方針を踏まえ、適切な情報セキュリティ対策を推進する。</p>		<p>【内部統制委員会の開催】 ・業務方法書及び内部統制の推進に関する規程に基づき、内部統制委員会(平成 29 年 3 月)を開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評価と低減に向けた必要な取組を検証した。</p> <p>【経営理念、業務運営方針等の明確化】 平成 27 年度に策定した新たな経営理念及び行動指針に基づき、新たな組織ロゴ及びタグラインを決定し、平成 29 年 1 月より使用を開始した。また、経営理念推進プロジェクトチームが中心となり、経営理念の英語化、研修の実施等により、経営理念及び行動指針の組織内への浸透を図った。</p> <p>年度計画を踏まえ、各々が果たすべき役割を定めた業務運営方針を策定し、役職員に周知し、明確化を図った。また、年度計画の達成状況を四半期ごとに集約し、理事会へ報告することにより、達成阻害要因等のリスクを分析し、必要な対策を講じることで業務の改善を図った。</p> <p>【外部有識者会議の開催】 外部有識者により構成される第 2 回経営アドバイザー委員会(平成 29 年 3 月)を開催した。内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映していくこととした。</p>	<p>場から内部監査を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内部統制委員会を開催し、各部門のリスクの認知と分析結果について審議し、リスクの評価と低減に向けた取組を検証した。 ・第 2 回目の外部有識者会議を開催し、内部統制を含む、組織運営に関する専門的・実務的なアドバイスを受け、その内容を業務に反映することとした。 ・情報セキュリティに関し、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて役職員への注意喚起を促したほか、ネットワーク等における情報セキュリティ対策を実施した。 ・以上のことから、内部統制の充実に関して着実な取組を行っており、目標水準を十分満たしているとみられることから、自己評価評価はBとする。 <p>【課題と対応】 引き続き内部統制の徹底を図る。</p>	
--	---------------------------------------	---------------------------------------	---	--	--	---	--

				<p>【訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業実施に当たっての留意】 訪日旅行商品の造成・販売支援等の事業の実施に当たっては、訪日旅行促進事業実施要領（平成27年4月制定）に基づき、広く機会の平等を担保するとともに、特定の企業への利益誘導にならないよう留意した。</p> <p>【監事監査】 監査室の専従職員が監査補助者として監査に加わり、以下の監事監査業務をサポートした。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・決算監査 ・業務監査 ・海外事務所現地監査（ソウル、シンガポール、ロンドン、フランクフルト、パリの5事務所） ・保有個人情報の管理に関する監査 <p>【内部監査】 監査室の専従職員が独立した立場で以下の監査を実施し、監査結果に基づくフォローアップを行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部監査 ・海外事務所現地監査（ジャカルタ、バンコク、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロントの5事務所） <p>上記両監査における指摘事項を踏まえ、業務改善に取り組んだ。</p> <p>【情報セキュリティ対策の推進】 「国民を守る情報セキュリティ戦略」（平成22年5月11日情報セ</p>	
--	--	--	--	---	--

					<p>セキュリティ政策会議決定)等の政府方針を踏まえ、研修や情報システム部門からの周知メール等を通じて情報セキュリティ面の各種注意喚起を行ったほか、PCやネットワーク稼働状況を常時監視する等、情報セキュリティ対策を実施した。</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報							

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
2-5	戦略的な情報発信		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
国民への説明責任の徹底及び各事業の必要性・効率性等の評価に資する観点から、マーケティング情報や事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、保有資料・データの公開やホームページの内容の充実を図ること等により、情報発信を積極的に推進する。	機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。	機構の取組や業務成果を幅広く発信し、各事業の必要性・効率性等の評価に資するため、市場別プロモーション方針・事業計画概要、事業・活動の成果物等の公表の充実を図るとともに、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進する。	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 機構の取組や業務成果を幅広く発信し、統計・マーケティングデータ等保有資料・データの公開やウェブサイトの内容の充実を図ること等により、情報公開・発信を積極的に推進しているか。</p>	<p><主要な業務実績> 情報公開・発信の積極的な推進のため、以下の取組を行った。</p> <p>【機構の取組、業務成果の公開（ウェブサイト）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場別プロモーション方針 ・事業計画概要 ・業務実績報告書 <p>【統計・マーケティング情報等保有資料・データの公開】（再掲）（ウェブサイト）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・月別訪日外国人旅行者数等の統計発表（毎月） ・市場別動向及び注目トピックス（毎月） ・「訪日旅行データハンドブック 2016（世界 20 市場）」（出版物） ・「日本の国際観光統計 2015 年」発行（平成 28 年 9 月） ・「訪日旅行誘致ハンド 	<p><評価と根拠> 評価：B</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブサイトにおける統計、マーケティングデータを活用したトピックス等の随時の更新と新規情報・資料の掲載に努めた結果、機構の日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,402 万ページビュー（前年比 7.5%増）となり、情報発信の強化が図られた。 ・国内広報の取組を強化し、年間 75 件（前年実績 71 件）の報道発表を行ったほか、積極的に取材等に対応した結果、機構関連記事・番組が年間 2,961 件（前年比 6.7%減）掲載・報道され、機構のプレゼンス向上につながった。 ・以上により、戦略的な情報発信において、着実な取組が行われていることから、自己評価評価は B とする。 	評価	

				<p>ブック 2017 (欧米豪 9 市場編) 」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「訪日旅行データハンドブック 2016 (世界 20 市場)」 ・「2015 年国際会議統計 」 <p>【ウェブサイトの充実】</p> <p>ウェブサイト内の「新着情報」、「報道発表」、「旅行博・セミナー」、「JNTO の活動報告」、「事業パートナーからのニュース」、統計発表等を随時更新し、新規情報・資料を掲載した結果、日本語ウェブサイトのアクセス数は 2,402 万ページビューとなり、前年比で 7.5%増加した。</p> <p>【国内広報の取組】</p> <p>機構の業務に対する国民の認識・理解を高めるため、国内広報に重点的に取り組み、報道資料の発表に加え、テレビ・一般紙・旅行業界紙誌のインタビューへの対応、最新のマーケット動向や機構の活動状況について役職員の寄稿等を行った。</p> <p>報道発表件数： 75 件 (前年度 71 件、前年比 5.6%増)</p> <p>成果記事掲載数： 2,961 件 (前年度 3,174 件、前年比 6.7%減)</p>	<p>【課題と対応】</p> <p>訪日プロモーション事業の実施を通じて得られるノウハウ、成果、マーケティング情報等を引き続き積極的に公表する。</p>
--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-1	自己収入の確保		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
<p>事業パートナーに対する質の高いサービスの提供や連携の拡大、新たな事業パートナーの開拓等により、自己収入の拡大に向けた取組を行う。</p> <p>毎年の運営費交付金額の算定については、運営費交付金債務残高の発生状況にも留意した上で、厳格に行う。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、個別相談会の開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の誘致・開催の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p>海外事務所を活用した市場動向の情報提供、インバウンド旅行振興フォーラムの開催等事業パートナー等を対象とする事業等の強化・拡大やビジット・ジャパン事業の実施に当たっての支援、国際会議の開催・誘致の支援等を通じて、事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努めるとともに、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図る。また、機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図る。</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 事業パートナーとの連携を強化し、顧客満足度を高めることにより、地方自治体、民間事業者等からの賛助金・会費等の維持・増加に努め、賛助団体・会員等の増加による収入の増加を図っているか。 機構のノウハウを活かした受託業務等にも積極的に取り組み、収入増を図っているか。</p>	<p><主要な業務実績> 以下の取組等を通じて、自己収入拡大に努めた。</p> <p>【賛助団体・会員への取組】 ・本部・海外事務所を挙げて勧誘活動を行った結果、賛助団体として 19 団体、会員として 59 団体が新たに加入した。</p> <p>・他方、財政事情等の理由により、賛助団体 6 団体、会員 18 団体が退会した。</p> <p>・この結果、賛助団体 243 団体、会員 308 団体となり、前年度末に比べて賛助団体数は 13 団体、会員数は 41 団体増加した。賛助団体と会員の合計では、551 団体となり、過去最多となった。</p> <p>賛助団体数</p>	<p><評定と根拠> 評定：B</p> <p>・事業パートナーの顧客満足度を高め、各地の地方公共団体、観光業界以外の業種も含め、広く賛助団体・会員拡大による自己収入の確保を進め、賛助団体・会員数は過去最多の 551 団体（前年比 10.9%増）となり、賛助金・会費収入の拡大（前年比 8.0%増）につながった。</p> <p>・その他の収益事業として、機構のウェブサイトを活用したウェブマガジン記事広告事業により、地方の観光魅力、民間企業の外国人観光客向けサービスや商品等の特集した情報発信を行い、78 百万円（前年比 20.0%増）の収入をあげた。</p> <p>・また、機構のノウハウを活かした受託事業として、海外での観光セミナーの開催支援、旅行会社・メデ</p>	<p>評定</p>	

				<p>平成27年度末230団体 平成28年度末243団体 (前年比5.7%増) 会員数 平成27年度末267団体 平成28年度末308団体 (前年比15.4%増) 合計 平成27年度末497団体 平成28年度末551団体 (前年比10.9%増)</p> <p>・平成28年度の賛助金・会費収入は、306百万円(前年比23百万円増、同8.0%増)となった。</p> <p>・賛助団体・会員を主な対象として、インバウンド旅行振興フォーラムを9月と2月に開催した。インバウンド旅行振興フォーラムでは、セミナー形式で海外の主要訪日旅行市場の最新情報を提供したほか、機構の各海外事務所長等との事前アポイントメント制による個別相談の実施、賛助団体・会員相互の情報交換・交流を図るBtoBデスクの設置、会員主催ランチョンセミナーのプログラム化等を通じて、インバウンドビジネスの促進を図った。</p> <p>【ウェブを活用した収益事業の推進】 ・JNTO ウェブサイトのマンスリーウェブマガジンへの有料記事広告掲載サービスにより、41件(前年比8件増、同24.2%増)の記事制作・掲載を行い、過去最高となる78百万円(前年比13百万円増、同20.0%増)の収入をあげた。</p>	<p>イア招請支援、海外プロモーションに関する有料コンサルティング、外国人旅行者向け英文地図の有償販売等にも取り組み、自己収入の多様化及び拡大に努めた。</p> <p>・上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入の合計は、688百万円(前年比36百万円増、同5.5%増)、となり、着実に自己収入の拡大を実現していることから、自己評価評定はBとする。</p> <p>【課題と対応】 引き続き自己収入の拡大に努める。</p>	
--	--	--	--	---	---	--

				<p>【機構のノウハウを生かした受託事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賛助団体・会員及びその他団体からの委託を受け、海外での観光セミナー開催支援や、海外の旅行会社・メディア招請支援を受託業務として 26 件実施し、合計 4.1 百万円の収入をあげた。 ・さらに海外プロモーションコンサルティング事業を受託し、3 件 21 百万円の収入をあげた。 ・民間事業者等からの需要が多い英文地図の有償提供、地域の外国語観光宣伝印刷物の受託制作に取り組み、印刷物有償提供により、8.7 百万円の収入をあげた。 <p>上記の取組等の結果、賛助金等収入及び事業収入として、688 百万円（前年比 36 百万円増、同 5.5%増）の収入をあげた。</p>	
--	--	--	--	--	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-2	短期借入金の限度額		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
—	予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。	予見し難い事故等の事由に限り、資金不足となる場合における短期借入金の限度額は、100百万円とする。	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評価と根拠> 評価：— <課題と対応> —	評価	

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-3	重要な財産を譲渡し、又は担保にする計画		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価								
	中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
					業務実績	自己評価	評価	
	なし	なし	なし	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評定と根拠> 評定：— <課題と対応> —		

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
3-4	剰余金の使途		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
なし	剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法（平成11年法律第103号）第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。	剰余金が発生した場合には、独立行政法人通則法（平成11年法律第103号）第44条第3項の規定による国土交通大臣の承認を受けて、海外からの訪日旅行の促進の効果が高く見込まれる海外宣伝事業費の使途に充てる。	<主な定量的指標> — <その他の指標> — <評価の視点> —	<主要な業務実績> 該当なし	<評定と根拠> 評定：— <課題と対応> —		

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
4-1	人事に関する計画		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
なし	<p>上記目標の達成に向けて、効率的かつ効果的な業務運営を行うための人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法令・慣行に配慮しつ</p>	<p>上記目標の達成に向けて、効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施する。</p> <p>プロパー職員を中核とした体制を構築するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の採用・育成に努め、プロパー職員が機構の中核として担うべき役割を的確に果たすことのできる体制を構築する。また、プロパー職員の育成とあわせて外部からの有能な人材の登用を行う。</p> <p>職員個々の能力と実績に基づいた適切な人事評価を実施し、適材適所の人事配置を行う。現地採用職員についても、事務所所在国の人事・労務に係る法</p>	<p><主な定量的指標> なし</p> <p><その他の指標> なし</p> <p><評価の視点> 効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を強化すべく、人材確保、人材育成を着実に実施しているか。 給与水準については、国家公務員の給与水準も考慮し、給与水準の適正化に取り組んでいるか。</p>	<p><主要な業務実績> 【効果的かつ効率的な業務運営を行うための人材確保】 プロパー職員を中核とした体制強化のため、国内外で各種事業・事務に従事する総合職員として、平成 28 年度の新卒採用として 8 人を採用したほか、業務経験を有した者 13 人を中途採用し、うち 6 人が平成 28 年度中に勤務を開始する等、訪日プロモーション事業の執行機関の体制整備を行った。</p> <p>【人事評価の実施と適材適所の人事配置】 全職員を対象とした人事評価制度により、能力評価及び業績評価を区分し、各職員の能力及び業績を適切に評価し、その結果を昇給・昇格及び勤勉手当支給の処遇に反映した。また人事配置にあ</p>	<p><評価と根拠> 評価：B</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日プロモーション事業の執行機関化に向け、効果的・効率的な業務運営を行うため、新卒採用者(6人)及び中途採用者(8人)が平成 27 年度中に勤務を開始したほか、全海外事務所において現地職員を増員するなど、人員体制の強化を図った。 ・プロパー職員を中核とした体制を構築するため、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等(奨学金を含む)を実施し、職員の能力開発・向上を図った。海外事務所の現地採用職員を対象とした本部研修を初めて実施する等、海外事務所の職員を含めた人材育成を行った。 ・全職員を対象とした人事評価制度を運用し、各職員 	評価	

	<p>つ、可能な限り人事評価を実施する。</p> <p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>	<p>令・慣行に配慮しつつ、可能な限り人事評価を実施する。</p> <p>本部採用職員に対しては、海外事務所勤務を含め様々な業務を経験できるようキャリア形成に配慮した人事異動を行い、OJTや内外の研修等も活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。また、現地採用職員に対しては、その能力・意欲に合わせた処遇の改善を行い、業務への取組意欲の向上を図るとともに、一層の活用を進める。</p> <p>給与水準については、国家公務員の給与水準も十分に考慮し、引き続き手当を含め役職員給与の在り方について検証した上で、これを維持する合理的理由がない場合には給与水準の適正化に取り組むとともに、その検証結果や取組状況を公表する。また、総人件費については、政府における総人件費削減の取組を踏まえ、厳しく見直す。</p>		<p>っては、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門分野を見極め、当該専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。</p> <p>平成 28 年度に海外 6 事務所を開設し、各事務所へ派遣職員を配置した。</p> <p>海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には特別手当を支給する等処遇に反映させた。</p> <p>【職員の意欲の向上と能力開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本部採用のプロパー職員に対しては、キャリア形成に配慮した人事異動を行うとともに、業務遂行に必要な知識・スキルを習得する機会を拡充すべく、目的・テーマ別研修等（奨学金を含む）を実施し、職員の能力開発・向上を支援した。 <p>顕著な功績のあった職員を顕彰することにより、職員の積極的な創意工夫を促し、業務実績と意欲の向上に資することを目的として、平成 27 年度に顕著な功績をあげた職員及びチーム（海外現地職員含む）5 件を平成 28 年度に表彰した。</p> <p>【給与水準の適正化等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 28 年度のラスパイレース指数（国家公務員と比較した給与水準）は 111.7、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では 93.7 と 	<p>の能力及び業績を評価し、その結果を処遇に反映した。またキャリア形成に配慮した人事配置を行い、個々職員の志向、能力、適性から、職務経験も加味した上で、専門性の維持等に配慮した人事運用を行った。海外事務所の現地採用職員についても人事評価を行い、成績が優秀な者には処遇に反映させた。さらに、職員顕彰制度により、顕著な功績のあった職員を表彰し、職員の業務実績と意欲の向上・改善を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 28 年度のラスパイレース指数（国家公務員と比較した給与水準）は 111.7、地域と学歴を勘案した国家公務員との比較では、100 を下回る 93.7（前年比 3.0 ポイント増）となった。 ・以上のことから、人事に関する計画を着実に実行しており、目標水準を十分満たしているとみられることから、自己評価評定は B とする。 <p>【課題と対応】</p> <p>効果的かつ効率的な業務運営を行うための人員体制を整備しつつ、職員の能力向上・育成に努める。また、給与水準及び総人件費を適切に管理する。</p>	
--	---	--	--	---	--	--

				<p>なった。年齢のみを勘案した対国家公務員指数は 100 を超えているが、機構は地方組織がなく、職員の約 9 割が大卒・大学院卒であり、地域と学歴を勘案した指数は平成 28 年度も 100 を下回った。職員の給与については、引き続き国に準じて適正な水準の維持が図られるよう、適切な措置を講じていく。</p> <p>・報酬・給与への業務実績・勤務成績の反映方法として、役員報酬に関しては、期末特別手当に対し国土交通省独立行政法人評価委員会が行う業績評価の結果を参考にして、役員の実績に応じ決定した。職員に関しては、人事評価制度による厳正な人事評価を行い、評価結果を職員の昇給等の処遇に反映させた。</p> <p>・「一般職の職員の給与に関する法律の一部を改正する法律」に基づく国家公務員の給与の見直し内容を踏まえ、俸給表の改定及び役職員の 12 月賞与の支給率の改定を行うとともに、平成 26 年度の人事院勧告を踏まえ、特別都市手当（国家公務員の地域手当に相当）を改定した。</p>	
--	--	--	--	---	--

4. その他参考情報

1. 当事務及び事業に関する基本情報			
4-2	独立行政法人国際観光振興機構法（平成14年法律第181号）第10条第1項に規定する積立金の使途		
当該項目の重要度、難易度		関連する政策評価・行政事業レビュー	

2. 主要な経年データ								
評価対象となる指標	達成目標	基準値 (前中期目標期間最終年度値等)	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	(参考情報) 当該年度までの累積値等、必要な情報

3. 各事業年度の業務に係る目標、計画、業務実績、年度評価に係る自己評価及び主務大臣による評価							
中期目標	中期計画	年度計画	主な評価指標	法人の業務実績・自己評価		主務大臣による評価	
				業務実績	自己評価	評価	
—	前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、今中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。	前中期目標期間の最終事業年度において、独立行政法人通則法第44条の処理を行った後の積立金に相当する金額のうち主務大臣の承認を受けた金額について、前中期目標期間終了までに自己収入財源で取得し、今中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却に要する費用等に充当する。	<p><主な定量的指標></p> <p>—</p> <p><その他の指標></p> <p>—</p> <p><評価の視点></p> <p>—</p>	<p><主要な業務実績></p> <p>前中期目標期間繰越積立金63,086円については、自己収入財源で取得し、当期中期目標期間に繰り越した固定資産の減価償却等に要する費用に30,212円を充当し、前中期目標期間繰越積立金の残高は32,874円となった。</p>	<p><評定と根拠></p> <p>—</p> <p><課題と対応></p> <p>—</p>		

4. その他参考情報

別紙①

平成28年度 予算

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
運営費交付金	12,537	12,537	-
賛助金収入	269	306	37
事業収入	321	382	61
事業外収入	8	16	8
計	13,135	13,242	106
<支出>			
業務経費	10,425	9,390	1,035
受託経費	459	375	84
人件費	1,907	1,538	370
一般管理費	344	647	△ 303
計	13,135	11,950	1,185

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<収入>			
寄付金収入	380	66	△ 314
事業外収入	0	0	0
計	380	66	△ 314
<支出>			
交付金事業経費	380	53	328
計	380	53	328

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

別紙②

平成28年度 収支計画

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	13,144	11,800	△ 1,344
業務経費	10,425	9,358	△ 1,067
受託経費	459	380	△ 78
一般管理費	2,251	1,997	△ 254
減価償却費	9	65	55
臨時損失	—	1	1
計	13,144	11,802	△ 1,343
<収益の部>			
運営費交付金収益	12,537	11,378	1,159
国際観光振興事業収入	590	555	34
資産見返運営費交付金戻入	9	13	△ 4
資産見返補助金戻入	—	0	0
資産見返寄附金戻入	—	3	△ 3
事業外収益	8	41	△ 33
臨時利益	—	1	△ 1
計	13,144	11,992	1,152
当期純利益(△当期純損失)	—	191	△ 191
前中期目標期間繰越積立金取崩	0	0	0
当期総利益(△当期総損失)	—	191	△ 191

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<費用の部>			
経常費用	380	53	△ 327
交付金事業経費	380	53	△ 327
計	380	53	△ 327
<収益の部>			
寄付金収入	380	51	329
事業外収益	0	12	△ 12
臨時利益	—	0	0
計	380	63	317
当期利益金(△当期純損失)	—	11	△ 11
当期総利益(△当期総損失)	—	11	△ 11

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。

別紙③

平成28年度 資金計画

〔一般勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	13,135	10,438	△ 2,698
投資活動による支出	—	216	216
次期への繰越金	0	13,055	13,055
計	13,135	23,709	10,573
<資金収入>			
業務活動による収入	13,135	13,260	△ 125
運営費交付金による収入	12,537	12,537	—
賛助金収入	269	306	△ 37
事業収入	321	389	△ 67
事業外収入	8	29	△ 20
投資活動による収入	—	1	△ 1
前期からの繰越金	—	10,448	△ 10,448
計	13,135	23,709	△ 10,573

〔交付金勘定〕

(単位:百万円)

区 分	予算額	決算額	差額
<資金支出>			
業務活動による支出	380	53	△ 327
次期への繰越金	0	72	72
計	380	125	△ 256
<資金収入>			
業務活動による収入	380	66	314
寄付金による収入	380	66	314
事業外収入	0	0	0
前期からの繰越金	—	58	△ 58
計	380	125	256

※各欄積算と合計欄の数字は四捨五入の関係で一致しないことがある。